

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EKONOMICKÉ ŽURNALISTIKY

Mediální obraz dopadů olympijských her na konající zemi

Media Image of Impact of the Olympic Games on the Hosting Country

Student: Andrea Černá

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava, 2017

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra ekonomické žurnalistiky

Zadání bakalářské práce

Student: **Andrea Černá**
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: 7202R020 Ekonomická žurnalistika
Téma: Mediální obraz dopadů olympijských her na konající zemi
Media Image of Impact of the Olympic Games on the Hosting Country
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Společenský kontext pořádání olympijských her
 3. Medializace dopadů konání olympijských her na společnost
 4. Využití řešené problematiky v žurnalistice
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratek
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HORNE, John a Garry WHANNEL. *Understanding the Olympics*. 2. vyd. New York: Routledge, 2016. ISBN 978-1-315-71252-9.
NOVOTNÝ, Jiří et al. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.
PACUT, Miroslav. *Dějiny moderního sportu*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 143s. ISBN 978-80-248-2003-3.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Gibarti, Ph.D.**

Datum zadání: 18.11.2016

Datum odevzdání: 05.05.2017


doc. PhDr. PaedDr. Milan Sekanina, CSc.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedené v bibliografii.

V Ostravě dne 5. května 2017



Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce Ing. Janě Gibarti, Ph.D. a Mgr. Ivaně Šulákové za podnětné připomínky a vstřícný přístup při psaní této bakalářské práce.

Obsah

1	Úvod	5
2	Společenský kontext pořádání olympijských her	6
2.1	Vznik novodobých olympijských her.....	6
2.2	Organizační struktura olympijského hnutí	7
2.3	Ekonomický vliv olympijských her	8
2.3.1	Začátek a konec ekonomického vlivu	9
2.3.2	Hostitelské město během čtyř období.....	10
2.3.3	Vývoj tržeb a nákladů	13
2.3.4	Výnosy.....	14
2.3.5	Financování olympijského hnutí	18
2.4	Vliv her na pořádající město.....	20
2.4.1	Výběr pořádajícího města.....	20
2.4.2	Místní komunita	21
2.4.3	Zaměstnanost.....	22
2.4.4	Zástavba.....	23
2.4.5	Lidská práva	24
2.4.6	Globalizace.....	24
2.4.7	Životní prostředí.....	25
3	Medializace dopadů konání olympijských her na společnost.....	26
3.1	Sport a média.....	26
3.2	Výzkum	27
3.2.1	Výzkumná metoda.....	27
3.2.2	Výběr textů	28
3.2.3	Charakteristika souboru.....	28
3.3	Zkoumaná média	29
3.3.1	Deník Mladá fronta DNES	29
3.3.2	Deník Sport	30
3.3.3	Deník Hospodářské noviny.....	30
3.4	Výzkumné otázky.....	31
3.5	Analýza	35
3.5.1	Frekvence pokrytí.....	35

3.5.2	Témata	36
3.5.3	Důležitost.....	37
3.5.4	Zpravodajské hodnoty	39
3.6	Vyhodnocení analýzy	41
4	Využití řešené problematiky v žurnalistice	43
4.1	Úvodní článek	43
4.2	Interview.....	47
4.3	Anketa.....	53
4.4	Recenze.....	55
5	Závěr	57
	Seznam použitých zdrojů	59
	Seznam zkratk	63
	Seznam příloh	65
	Přílohy	66

1 Úvod

Pro tuto bakalářskou práci si autorka vybrala téma mediální analýzy dopadů sportovní události. V loňském roce byly největší světovou sportovní událostí olympijské hry v Riu de Janeiru, kterým byl nejen v českých médiích věnován značný prostor. I proto byla předmětem analýzy zvolena právě tato událost. Práce je zaměřena na ekonomické a sociální dopady olympiády na pořádající město. Nezabývá se tedy interpretací sportovních výsledků.

Dílčím cílem práce je charakteristika jednotlivých sociálních a ekonomických aspektů pořádání olympijských her a dopadů na pořádající město. Následným cílem je objevení mediálního obrazu těchto dopadů na příkladu vybrané olympiády v konkrétních českých denících.

Tato práce je rozdělena do tří kapitol. První se věnuje kontextu pořádání olympijských her. Zmiňuje vznik novodobých olympijských her, nastiňuje organizační strukturu olympijského hnutí a konkretizuje ekonomické a další sociální vlivy her na pořádající město. Teoretické poznatky ohledně vlivů olympijských her jsou využity v druhé kapitole, která se zabývá mediálním obsahem. Druhá kapitola nejprve charakterizuje postavení sportu v médiích a následně v druhé výzkumné části analyzuje mediální vyobrazení dopadů olympijských her na hostitelské město. Kvantitativní obsahová analýza je provedena na konkrétním případě her v Riu, které se zde konaly v roce 2016, a obrazu jejich ekonomických a sociálních dopadů v denících Mladá fronta DNES, Sport a Hospodářské noviny. Ve třetí kapitole je řešená problematika aplikovaná na čtyři mediální žánry. Úvodní článek se bude věnovat organizování sportovních událostí s nadnárodním přesahem. Stejnou tematikou se bude zabývat také interview se spolupořadatelem atletického mítinku Zlatá tretra Oldřichem Zvolánkem. Kladené otázky se týkají podpory hostujícího města, dopadů na místní obyvatele i financování. Zajímavá je zejména odpověď na otázku týkající se prodeje televizních práv. K tématu organizace sportovní události se vyjadřují také respondenti odpovídající na anketní otázku. Poslední částí žurnalistické kapitoly je recenze knihy zabývající se pohledem do zákulisí pořádání olympijských her.

2 Společenský kontext pořádání olympijských her

Teoretická část této práce je rozdělena do čtyř hlavních podkapitol. První dvě podkapitoly udávají kontext novodobých olympijských her a organizační struktury olympijského hnutí. Třetí část je věnována ekonomickému vlivu na pořádající město a konkrétním aspektům. Poslední podkapitola rozvíjí téma dopadů her na hostující město a zaměřuje se především na sociální vliv her.

2.1 Vznik novodobých olympijských her

První novodobé olympijské hry (dále jen OH) se konaly v roce 1896 v řeckých Athénách. Připravil je Mezinárodní olympijský výbor (dále jen MOV). Mezinárodní olympijský výbor vznikl o dva roky dříve díky francouzskému baronovi Pierru de Coubertinovi. Německý archeolog Ernest Curtius v tomto období odkrýval starověkou Olympii, což motivovalo Coubertina ke vzkříšení tradice antických olympijských her.¹

Od té doby se pořádají každý čtvrtý rok, s výjimkou válečných let. K letním hrám se v roce 1924 přidávají zimní olympijské hry (ZOH). Z ekonomických důvodů se od roku 1994 posunuly o dva roky, aby se neodehrávaly ve stejném roce jako hry letní. To umožnilo lepší rozložení nákladů a větší možnosti v získávání příjmů.²

Coubertinovou snahou byla vidina olympijského hnutí jakožto nositele myšlenky míru a přátelství mezi národy. Z antických olympijských her se kromě názvu zachoval i čtyřletý cyklus konání, který dodává sportovnímu svátku exkluzivitu. Vše ostatní bylo nahrazeno novým obsahem. Snaha o obnovení olympijské myšlenky se během 19. století objevila mimo jiné v Kanadě, Anglii, Francii a Skandinávii. Coubertin jako první pochopil, že předchozí pokusy dopadly neúspěchem, protože probíhaly čistě v národním rámci. Důležitým přínosem Pierra de Coubertina bylo zavedení střídání pořadatelských měst. Díky tomu se olympijské myšlenky začala šířit napříč státy a později i kontinenty. Postupně Coubertin zavedl i zahajovací a závěrečný obřad spojený s přehlídkou zúčastněných národů.³

¹ PACUT, KOSÍK, 2009, s. 11-13.

² NOVOTNÝ, 2011, s. 221.

³ PACUT, 2009, s. 15-18.

2.2 Organizační struktura olympijského hnutí

Ve svých počátcích byl moderní sport státem ovlivňován nepřímo, rozvoj nastal díky soukromým spolkům. Aby se mohla sportovní klání přesunout na mezinárodní úroveň, začaly se spolky shlukovat do národních a poté i do mezinárodních asociací s celosvětovou působností.⁴ Patří mezi ně Mezinárodní olympijský výbor, Mezinárodní organizační komise OH a Národní olympijský výbor. Nejvyšším a řídicím orgánem olympijských her je Mezinárodní olympijský výbor, nezisková mezinárodní nevládní organizace sídlící ve švýcarském městě Lausanne. Olympijské hry jsou výlučným vlastnictvím MOV, který řídí olympijské hnutí a má veškerá práva na organizaci, využití a reprodukování her všemi prostředky. Všechny výtěžky z olympijských her musí být použity na rozvoj olympijského hnutí a sportu. MOV je uzavřenou společností – doplňuje se sám a těmi, které uzná za vhodné.⁵ Do výboru spadá 95 členů⁶ z 206 národních olympijských výborů.⁷

V návaznosti na vznik MOV začaly vznikat národní olympijské výbory (dále jen NOV), které se nachází na pěti kontinentech a nejsou plně podřízeny MOV. Hlavní úkol NOV souvisí s poselstvím článků Olympijské charty – dbát na rozvoj i ochranu olympijského hnutí a sportu a zajišťovat reprezentaci svých zemí, na hrách či jiných akcích pořádaných MOV.⁸ Národní výbory se kvůli výměně informací a zkušeností scházejí nejméně jednou za dva roky a jsou zodpovědné za přípravu a zajištění účasti na OH.⁹

Mezinárodní organizační komise zajišťuje chod oslav OH, finančními prostředky podporuje zlepšování postavení žen ve sportu, kontroluje sportovní etiku a ochranu sportovců. Úkolem organizační komise je také řízení marketingu a propagace spolu se zaměřením na budoucí vývoj olympijských her.¹⁰

⁴ KOSÍK, PACUT, 2009, s. 5.

⁵ KOSÍK, 2009, s. 6-16.

⁶ OLYMPICS. *IOC Members* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/ioc-members-list>

⁷ OLYMPICS. *National Olympic Committees* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/national-olympic-committees>

⁸ NOVOTNÝ, 2011, s. 222.

⁹ KOSÍK, 2009, s. 15.

¹⁰ KOSÍK, 2009, s. 14.

Poslední významnou institucí je organizační výbor OH, který se stanovuje ke každým novým hrám. Jeho členy jsou zástupci NOV pořadatelského státu, zástupci vlády pořadatelského státu a zástupce MOV.¹¹

2.3 Ekonomický vliv olympijských her

Organizace a ekonomický rozměr her nejsou určeny jediným ukazatelem. Záleží na důvodu, proč chce město hry hostit a také na úrovni rozvoje a velikosti města. Menší a méně rozvinutá města musí do infrastruktury investovat mnohem více než města velká. Proto je třeba rozlišovat drahé a levné OH. Hry jsou nákladné, pokud vyžadují velké investice do veřejné dopravy, komunikačních systémů, bydlení a výstavby sportovních areálů. V minulosti například Barcelona, Soul a Peking použily hry k vylepšení infrastruktury města, zatímco Mnichov, Montreal a Atény rozvinuly části svých měst. Všichni pořadatelé viděli zásadní přínos ve vykompenzování krátkodobých výdajů dlouhodobými benefity. Hry byly naopak levné, pokud byly náklady omezeny jen na organizaci. V Los Angeles a Atlantě postavili organizátoři pouze několik sportovních zařízení a snažili se používat již existující infrastrukturu. Jejich zásadou bylo maximalizovat krátkodobý zisk a vyhnout se jakémukoli deficitu.¹²

Ekonomická dimenze olympijských her kromě financování her a výdajů do infrastruktury souvisí i s dvěma zásadními dlouhodobými a méně často uvažovanými benefity. Těmi jsou zlepšení image olympijského města a vytvoření vyššího stupně vědomí. Tyto změny mohou stimulovat turismus a přinést rozhodující argumenty, proč by město mělo být vybráno pro pořádání OH. Srovnání některých klíčových národních ukazatelů s náklady na pořádání olympijských her ilustrují hospodářský dopad OH na pořádající zemi. Olympijské hry nemají žádný důležitý ekonomický vztah v návaznosti na národní účty. Vláda může snadno financovat OH, ačkoli se zátěž pro město může zdát obrovská.¹³

Výnosy z prodeje vstupenek, sponzorství, televizních práv a licencí bývají použity k pokrytí ekonomických rozměrů. Makroekonomické rozměry jsou

¹¹ NOVOTNÝ, 2011, s. 222.

¹² PREUSS, 2002, s. 5.

¹³ PREUSS, 2002, s. 5-7.

reprezentovány počtem atletů a sportů, které indikují náklady spojené s investicemi do sportovních zařízení a organizace. Počet vstupenek souvisí s diváky, kteří utrácí své peníze v hostitelském městě. Přesto počet prodaných vstupenek není nejvhodnějším údajem, protože nerozlišuje mezi diváky-občany města, kteří pouze přerozdělují své peníze, a diváky-turisty, kteří přinášejí do města nové dodatečné peníze. Toto rozlišení ovlivňuje velikost skutečného ekonomického dopadu na město.¹⁴

2.3.1 Začátek a konec ekonomického vlivu

Proces pořádání sportovní akce je možné rozdělit do pěti částí. První etapou je plánování, druhou příprava neboli zařizování v rámci organizačního výboru, třetí koordinace jakožto spolupráce s vnějším prostředím, čtvrtou částí je uskutečnění a samotný průběh události, poslední pátá etapa obsahuje hodnocení. Nejméně 80 % činnosti se odehrává ve fázích plánování, přípravy a koordinace.¹⁵

Příprava na olympijské hry vytváří velký tlak na přizpůsobení infrastruktury hostitelského města potřebám her. Ekonomické vlivy na pořádající město začínají působit během procesu výběru místa konání a postupně se během přípravné fáze výrazně zvyšují. Velikost ekonomického vlivu se liší město od města vlivem odlišných podmínek a cílů jednotlivých měst. Časová osa se dá rozdělit na čtyři fáze, jak je patrné z Obr. 2.1 (viz Obr. 2.1). Milníky fází jsou roky návrhu k podání žádosti, rozhodnutí NOV, rozhodnutí MOV a rok pořádání her, kterým ale osa nekončí.¹⁶

Obr. 2.1 Fáze ekonomického vlivu na olympijské hry



Zdroj: Preuss, 2002, str. 8

¹⁴ PREUSS, 2002, s. 6.

¹⁵ DURDOVÁ, 2015, s. 107.

¹⁶ PREUSS, 2002, s. 7-8.

Na úplném začátku si město nechá vypracovat studii proveditelnosti. V období jedenácti let před OH jsou peníze utráceny jednak za tuto studii, jednak za urgentní projekty v případě, že studie odhalila deficity ve struktuře. V některých velkých zemích chce kandidovat více měst, a proto devět let před OH jednotlivé NOV vybírají jedno město, které nominují do mezinárodní kandidátky. Po tomto procesu musí nominované město prokázat, že splňuje zadané standardy. Za tímto účelem vypracovávají analýzu nákladů a výnosů a tzv. bid book. Mezi další aktivity patří zahájení stavebních projektů, konání mezinárodních událostí jako důkaz motivace a snaha dosáhnout politického svolení. Sedm let před konáním OH rozhodne MOV o výběru města. Tím okamžikem začínají naplno přípravy včetně výstavby sportovišť a infrastruktury. Časová osa ekonomického vlivu nemá striktní konec, po olympiádě začíná sledování dopadů, přitáhnutí nových odvětví do města a vlivu na cestovní ruch. Každý pořadatel vkládá různé částky do různých fází. Konečný účinek je ale stejný – jakmile jsou olympijské investice zastaveny, ekonomický dopad klesá a během několika let úplně zmizí. Přesto i poslední čtvrtá fáze trvá několik let. Mezi dopady OH patří pořádání dalších sportovních událostí, zvýšení turismu a případné vstupy nových odvětví do města. Pozitivní a olympiádou živený obraz města ovlivňuje zájem o pořadatelskou zemi. Zvýšení počtu turistů generuje tisíce nových pracovních míst. Schopná organizace, přátelskost dobrovolníků i ukazování kultury ovlivňují image města i státu v pozitivním slova smyslu.¹⁷

2.3.2 Hostitelské město během čtyř období

Pořádání olympiády je dlouhá a nákladná operace, která vyžaduje kooperaci a aktivní podporu státního i městského aparátu. Pořádání s sebou obnáší diplomacii, vyjednávání, lobování i veřejné investice. Vláda a politické strany očekávají zviditelnění a potenciální pozitivní vliv na obyvatele jako celku. Lidé zodpovědní za městské plánování vidí olympiádu jako projekt, který nastartuje nové strategické stavby jako silnice, železnice či bytovou zástavbu, a to i v případě, že by se olympiáda nakonec ve městě vůbec nekonala. Architekti jsou zaujati možností vytvořit nezapomenutelný stadion či jinou budovu. Stavitelské firmy vyhlíží vidinu vysokých kontraktů. Obyvatelé a místní politici vidí v OH výstavbu nových parků, sportovních zařízení a zvýšení

¹⁷ PREUSS, 2002, s. 9.

zaměstnanosti. Dobře připravená olympiáda by měla přinést toto všechno dohromady.¹⁸ Dopad OH na město se mění v průběhu čtyř období.

- Období podávání přihlášky

Aby město vyhrálo pořádání OH, musí vypracovat plán, který se bude jevit atraktivně nejen MOV, ale i místním obyvatelům a klíčovým zájmovým skupinám v pořadatelském městě. Pokud město nemá silnou podporu, je žádost o pořádání odsouzena k nezdaru. Důležitá je politická podpora a ideálně absence aktivních zájmových skupin vystupujících proti hrám. Šance porazit ostatní města je vyšší, pokud navrhovací plán slibuje, že vliv her nebude mít nepříznivý dopad na pořádající město a bude pro něj dostupné z pohledu finančního, sociálního i kulturního. Navrhovací plán dokumentuje, jaké hodlá město získávat z OH benefity, a naopak jak hodlá svým občanům pomoci proti nadměrnému zatížení. Plán proto může obsahovat přísliby, jak zlepšit život v hostujícím městě, tradičně jsou zmiňovány témata životního prostředí a dopravních systémů. Dalším důležitým aspektem je jistota, že peníze vložené do přípravné fáze nebudou vyplývány zbytečně v případě neúspěšné kandidatury. Je třeba vzít v úvahu, že na každou úspěšnou přihlášku připadá spousta neúspěšných.¹⁹

Motivace vyhrát a hostit OH přichází zejména z řad vlády a podnikatelů, kteří vidí hry jako způsob posílení značky města, což vede k obchodním příležitostem, zvýšení turismu a obecně větší propagace města po celém světě. James Weirick poznamenal o hrách v Sydney, že olympijská zkušenost má jen málo co dělat se sportem nebo s olympijským hnutím. Důvodem podání přihlášky bylo zařadit Sydney do kategorie „světových měst“.²⁰

- Období sedmiletých příprav

Sedm let před OH je těžkým obdobím, kdy musí organizátoři ovládnout euforii z vítězství a začít se potýkat s různými problémy, které město v krátkém časovém úseku zasáhnou. Mezi tyto problémy patří přílišná očekávání, politické aspekty, životní prostředí, narušení přirozeného života města, skryté náklady,

¹⁸ HORNE, WHANNEL, 2012, s. 6.

¹⁹ CASHMAN, 2002, s. 9.

²⁰ CASHMAN, HUGHES, 1999, s. 70-71.

neočekávané vnější krize a negativní publicita. Během voleb padne hodně slibů, které není možné realizovat. Olympijská města si nemůžou dovolit zaplatit všechny přísliby, které jejich vláda naslibovala, a mnoho občanů bude zklamáno z nerealizování klíčových slibů. Vysokou roli hraje politika, protože v sázce jsou důležité smlouvy a kontrakty a případné posílení obrazu města.²¹

Politika je složitá z důvodu, že zahrnuje lokální, národní a mezinárodní vztahy včetně vlády, olympijského hnutí, firem, médií a sponzorů. Mediální propírání politiky v závislosti na OH má negativní dopad na názor veřejnosti na organizaci her. Sliby ohledně životního prostředí se týkají šetření energie, ochrany vod, minimalizace odpadů, recyklace vody, používání hromadné dopravy, udržování kvality půdy a ochrany prostředí. Je jich ale obtížné dosáhnout kvůli nákladům a krátkému časovému horizontu.²²

Příprava a výstavba v olympijském městě s sebou přináší nepohodlí a narušení běžného chodu města. Občané se musí připravit na prozatímní změny životního stylu. Někteří, kteří s těmito změnami prostředí nesouhlasí, dokonce město v době příprav a trvání her opouštějí a stěhují se. Stavba sportovišť, změny v infrastruktuře nebo obnova velkých objektů produkují nečekané a předem neočekávané nepříjemnosti pro obyvatele. Obyvatelé přicházejí také o možnost využívání některých veřejných prostor i po dobu několika měsíců. U občanů toto omezení komfortu budí nevoli v pohledu upřednostňování megalomanské akce nad spokojeností a běžným životem místních občanů. V nezávislosti na tom, jak dobře jsou hry organizovány, mohou být přípravy ovlivněny vnějšími problémy. OH mohou být ovlivněny skandály v organizačních výborech nebo vlivem teroristických útoků.²³

- Období her

Během samotného trvání her je na město vyvíjen největší tlak. Zároveň je to doba, kdy se obyvatelé pořádacího města cítí pod nejmenší zátěží. Jsou už připraveni na to, co očekávat a jak se ve městě pohybovat, případně jsou dočasně přestěhováni do příměstských částí nebo jiných měst. V průběhu her

²¹ CASHMAN, 2002, s. 10.

²² CASHMAN, 2002, s. 10.

²³ CASHMAN, 2002, s. 11-12.

se mohou místní zapojit několika způsoby: jako platící diváci, neplatící diváci (sledování závodů v ulicích či podél tratí), dobrovolníci nebo placení pracovníci. Ve městech také vznikají místa na veřejných prostranstvích, kde lze dění sledovat hromadně na velkoplošných obrazovkách. Pokud jsou hry úspěšné, lidé se užívají pozornosti a slávy pořádané akce. Náladu obyvatel negativně ovlivňují problémy s dopravou nebo s bezpečností.²⁴

- Období po skončení her

V průběhu plánování není období po hrách věnována dostatečná pozornost. Města se tak moc soustředí na pořadatelskou přihlášku, na přípravy, výstavbu a průběh, že doba po skončení her bývá v plánech zanedbávána. Nejvíce je třeba se soustředit na naplánování období bezprostředně po skončení her, kdy místní nejvíce vnímají negativní přínosy her. Neméně důležité je rozhodnutí, jak se zachovat k budovám a sportovištím, zejména těm nově postaveným. Je třeba věnovat pozornost místům, která mohou být pro místní přínosem i po skončení her. Pokud místa nebudou mít pozdější využití, můžou se stát zátěží pro daňové poplatníky. Jednou z možností je snížení kapacity, které by učinilo pozdější využití efektivnější.²⁵

V závislosti na hrách je také potřeba zvýšení investic. Město do budování dobrého obrazu města vložilo nemalé peníze, je ale také třeba sklízet výsledky těchto snah a očekávat zvýšený cestovní ruch a byznys. Dalším bodem je otázka duševního vlastnictví her. Pořádající město by si mělo odnést co nejvíc z poznatků získaných při organizování největší mírové aktivity na světě. Připomínky her musí být uloženy pro budoucí generace obyvatelů těchto měst. Nabyté poznatky se mohou stát cenným kapitálem a stávají se důležitou součástí historie města i země. Archivovat vzpomínky lze vytvořením olympijského muzea nebo například přejmenováním ulic.²⁶

2.3.3 Vývoj tržeb a nákladů

Při analýze srovnávání finančních zdrojů se naráží na dva problémy. Za prvé se OH konají s velkými časovými rozestupy, takže inflace činí příjmy

²⁴ CASHMAN, 2002, s. 12.

²⁵ CASHMAN, 2002, s. 12-13.

²⁶ CASHMAN, 2002, s. 13.

z minulosti ne tak hodnotné jako ty dnešní. Za druhé byly hry slaveny pokaždé v jiné zemi, takže směnný kurz hostitelské země příliš kolísá a příjmy se nedají jednoduše vyjádřit v jednotné měně. Přesto je snaha upravit měnové údaje pomocí parity kupní síly do hodnoty v amerických dolarech a minimalizovat tím převodní rozdíly.²⁷

Je prakticky nemožné zjistit skutečné náklady hostujícího města, protože neexistuje žádný obecně přijímaný způsob vyhodnocení všech výdajů. Olympijské rozpočty jsou politicky ovlivněné, sporné a nespolehlivé. Hostitelská města často určité výdaje vůbec nepřiznávají nebo se je snaží přesunout do jiných rozpočtů. Náklady na zlepšení infrastruktury se tak mohou objevit ve škatulce veřejného rozpočtu namísto olympijského. Existuje obava, že zpřístupnění údajů o reálných nákladech na pořádání OH by mohlo snížit míru veřejné podpory pro tuto událost.²⁸

Hlavní problém s utrácením velkým sum peněz na ikonické olympijské stadiony, budovy a zařízení je zřetelný. Kdyby cílem města bylo vybudovat pro občany zařízení sloužící dlouhodobé potřebě, ať už za účelem sportovního využití nebo jako veřejného prostoru, za běžných podmínek by se zdaleka nepodobalo stavbám stavěným pro účely olympijských her. Tyto stavby mohou vyhrát spousty architektonických cen, ale předimenzované divácké ochozy a nadbytečné metry krychlové, které musí být vyhřívány či udržovány, přinášejí zbytečně velké náklady. Pokud je argumentem pro pořádání olympiády výstavba zařízení, které mohou být později užívány veřejností, je důležité si uvědomit, že za investované peníze se mohlo postavit větší množství zařízení na území celé země nebo se ta stávající mohla renovovat.²⁹

2.3.4 Výnosy

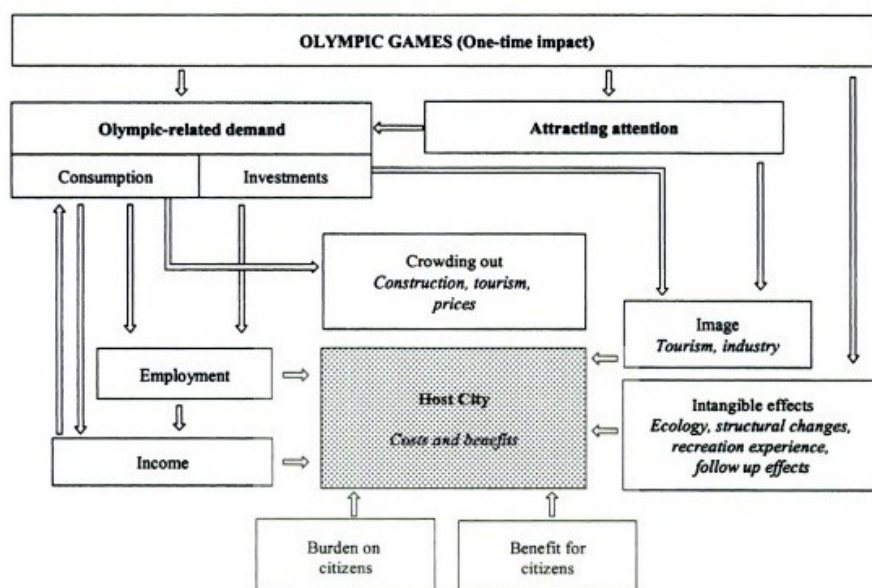
Mezi výnosy plynoucí pro hostující město patří zaměstnanost, příjem, obraz města, nehmotné efekty jako ekologická situace a také benefity pro občany, jak je vidět na Obr. 2.2 (viz obr. 2.2).

²⁷ PREUSS, 2002, s. 9.

²⁸ CASHMAN, 2002, s. 7.

²⁹ HORNE, 2012, s. 6.

Obr. 2.2 Ekonomický vliv her na pořádající město



Zdroj: The Economics of Staging the Olympics: A Comparison of the Games, 1972-2008, str. 35

Benefity plynoucí z pořádání her pro místní obyvatelstvo jsou často těžko vyčíslitelné. Po skončení olympijských her je omezené množství možností, jak zjistit, jestli slibované benefity byly doopravdy naplněny. Zastánci olympijských her argumentují, že výhody převáží nad negativními dopady, jakými jsou zvýšené náklady a daně spolu s přeplněností a narušením chodu města. Existují navíc skrytá a nečekaná břemena v případech, kdy jsou hry vnímány jako neúspěšné. Ty pak vedou ke kritice a špatnému obrázku celého města. Neočekávanou zátěží jsou také teroristické útoky. Hry mohou produkovat hmatatelné výhody pro vládu a byznys, převážně pro podnikání v cestovním ruchu. Nehmotné benefity pro obyvatele jsou viditelné méně. Záleží na tom, zda jsou sliby dávané místní komunitě v době podávání přihlášky dodrženy či nikoli.³⁰

Lenskyj argumentuje, že spodní třída, chudí lidé a bezdomovci jsou na tom po olympiádě ještě hůř než před ní. Tvrdí, že benefity připadají ve prospěch

³⁰ CASHMAN, 2002, s. 7.

již zvýhodněných vrstev populace, zatímco znevýhodněné skupiny obyvatelstva nesou nepřiměřenou porci zátěže.³¹

Ekonomické benefity OH jsou dle MOV značné. Návštěvníci v době her utrací dvakrát více než obvykle. Benefity přetrvávají i po skončení her i díky nově vzniklým pracovním pozicím. Pořadatelé olympiády v Londýně například pomáhali i s průběhem her v Riu včetně poskytování zboží a služeb. Někteří ekonomové, např. Stefan Szymanski, jsou k pozitivním ekonomickým přínosům her skeptičtí kvůli náročnému kvantifikování a vyjádření hodnot. Nejlepší hodnoty ale vykazují města, které o kandidaturu žádaly, ale nevyhrály.³²

Je jednoduché vidět přínos nových stadiónů, infrastruktury a ostatních měřitelných ukazatelů, ale hry produkují také trvalé benefity, které jsou těžko viditelné a měřitelné. Dle British Pride Indexu ¾ Britů se cítilo být na konci olympiády hrdými občany země. Zvyklosti a názory obyvatel jsou ale dány i historicky a dlouhodobými sociálními zdroji a nutně na ně nemusí mít vliv ojedinělé pořádání velké události.³³

Nejvyšší finanční výnosy plynou z televizních práv³⁴, jak je patrné z Grafu 2.1 (viz Graf 2.1). Díky televizi vzrostla síla olympijského hnutí. MOV vytvořil takovou politiku, aby co nejširší populace mohla sledovat hry bez placení poplatku.³⁵

Druhým pilířem financování se stali sponzoři. V roce 1985 založil MOV vlastní mezinárodní marketingový program The Olympic Program. Existuje obava, že marketing jako finanční zdroj bude až příliš prosazován a hry budou příliš zkomercializované.³⁶

³¹ LENSXYJ, 2008, s. 151.

³² HORNE, WHANNEL, 2016, s. 55.

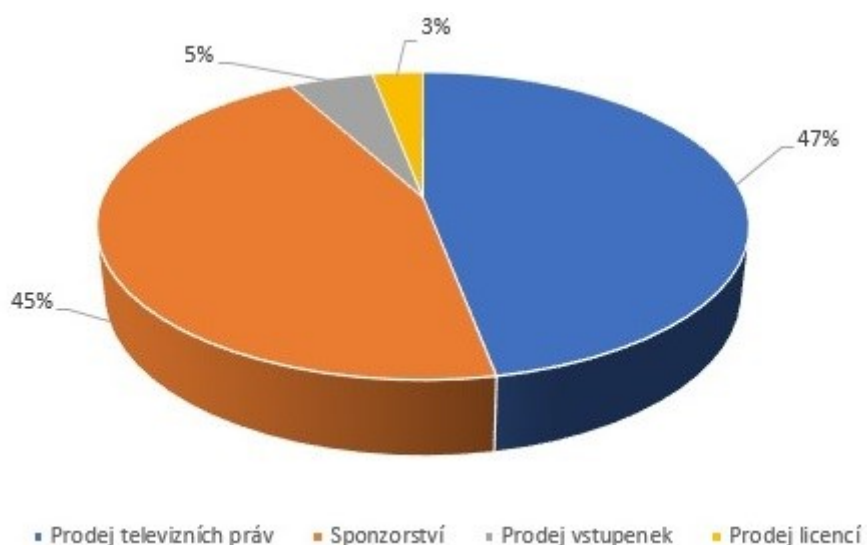
³³ HORNE, 2016, s. 55-56.

³⁴ OLYMPICS. *Revenue sources and distribution* [online]. 2017 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/ioc-financing-revenue-sources-distribution>

³⁵ PREUSS, 2002, s. 11-12.

³⁶ Tamtéž.

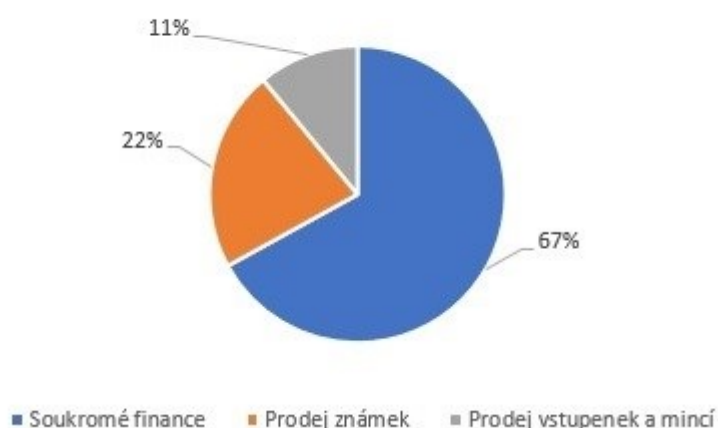
Graf 2.1 Výnosy z olympijského marketingu



Zdroj: The International Olympic Committee, 2017. Vlastní zpracování, 2017.

Výnosy z prodeje lístků ztratily důležitost v 70. a 80. letech 20. století, kdy začalo financování probíhat primárně z veřejných zdrojů. Jak je znázorněno v Grafu 2.2 (viz Graf 2.2), na konci 19. století ještě probíhalo financování her hlavně ze soukromých zdrojů.

Graf 2.2 Finanční zdroje her v roce 1896



Zdroj: Preuss (2004), Staging the Olympics. Vlastní zpracování, 2017.

Aktuálně zvyšující se počet sportů zařazených do programu OH vede ke zvýšenému počtu dostupných vstupenek. Srovnání cen vstupenek je vzhledem

k různým místům a časům olympiád nemožné. Přesto výnosy z prodaných vstupenek na jednotlivých olympiádách souvisí s ekonomickou dimenzí akce.³⁷ Například na OH v Atlantě v roce 1996 byl prodej vstupenek třetím nejvýznamnějším finančním zdrojem, jak lze vyčíst z Grafu 2.3 (viz Graf 2.3).

Graf 2.3 Finanční zdroje her v roce 1996



Zdroj: Preuss (2004), Staging the Olympics. Vlastní zpracování, 2017.

2.3.5 Financování olympijského hnutí

Získávání financí v odvětví sportu plyne obvykle z prostředků zastřešující organizace, z členských příspěvků, z prodeje vstupenek a propagačních materiálů, z vlastní podnikatelské činnosti, z fondů a z veřejných rozpočtů.³⁸

Financováním olympijského hnutí se rozumí financování mezinárodních a národních olympijských výborů. Dominantní je princip neziskovosti a princip vícezdrojového financování. Případné přebytky slouží k rozvoji olympijského hnutí. Mezi zdroje financí patří tradiční zdroje, nové zdroje a zdroje organizačních výborů daných her.³⁹

- Tradiční zdroje

Z počátku pořádání novodobých her byly hlavním finančním zdrojem osobní výdaje účastníků. Toto řešení nebylo vhodné, protože hry byly přístupné pouze lidem z dobře situovaných rodin. Zámořských her se proto zúčastňovalo málo sportovců z Evropy, protože na dopravu neměli peníze. Situace

³⁷ PREUSS, 2002, s. 12-13.

³⁸ DURDOVÁ, 2011, s. 49.

³⁹ NOVOTNÝ, 2011, s. 222.

odporovala myšlenka, že by OH měly být přístupné všem bez rozdílu. Jedním z tradičních zdrojů se proto stala veřejná sbírka. Sbírký se organizovaly pro podporu účasti sportovců na hrách, ale i za účelem pomoci pořadatelské zemi. První sbírka se uskutečnila už při organizování prvních novodobých her v Aténách a vynesla o třetinu víc, než organizační výbor očekával. Podoba sbírky jakožto hlavního finančního zdroje setrvala do začátku druhé světové války. K dalším tradičním finančním zdrojům patří loterie. V dnešní době není nicméně tak snadné novou loterii spustit, proto již několik let mezi zdroji financování nefiguruje.⁴⁰ Před první světovou válkou se mezi zdroji financování poprvé vyskytly státní dotace. Švédská vláda na V. hrách ve Stockholmu tehdy podpořila výstavbu stadionu. Většina států aktuálně státní dotaci na podporu her poskytuje, největší podíl má v bývalých socialistických státech. Financování NOV skrze státní dotace má plusy i minusy. Pozitivem je zajištění jistoty, negativem narušení samostatnosti a nezávislosti olympijského hnutí zejména v totalitních režimech. Při poskytování dotací dokáže vláda dané země snadněji upřednostňovat mocenské zájmy.⁴¹

- Nové zdroje

Z nových zdrojů se nejvýznamnějším finančním zdrojem MOV staly poplatky za televizní přenosy. První přenos v Londýně 1948 se obešel bez komerčního aspektu. Další pokus se uskutečnil v roce 1956, tehdejší předseda MOV Avery Brundage ale pronesl výrok: „Bez televize jsme to vydrželi 70 let, vydržíme to i dalších 70 let.“ MOV si z příjmů za televizní přenosy nechává 8 %, zbylé příjmy jsou rozděleny mezi NOV nebo Mezinárodní sportovní federaci. Největší podíl okolo 76 % dostává organizační výbor příslušných her. Mezi další nové zdroje patří prodej olympijské symboliky, ražení pamětních mincí, prodej licencí a sponzorství ze strany firem. MOV mezi lety 1980 a 2006 získal 8372 miliard dolarů, přičemž polovinu z toho tvořily příjmy z televizních poplatků.⁴²

⁴⁰ PREUSS, 2002, s. 15.

⁴¹ NOVOTNÝ, 2011, s. 222-224.

⁴² NOVOTNÝ, 2011, s. 224-226.

- Zdroje organizačního výboru her

Olympijské hry se konají pokaždé v jiné zemi a většinou i na jiném kontinentu. Výbor si vypracovává finanční plán určený jak pro etapu přípravy, tak pro finální průběh OH. Na základě tohoto rozpočtu se projednává možný příspěvek vlády a města a příspěvek MOV. Zvykem je hrazení kapitálových výdajů do infrastruktury z vládních peněz. Z vlastních příjmů organizačního výboru a z dotací MOV jsou hrazeny běžné výdaje. Problém nastává, pokud plánovaný rozpočet organizačního výboru špatně odhadne výši výdajů a je příliš optimistický. Výdaje na pořádání her dosahují částek několika miliard eur, protože města spojují pořadatelství her se svou modernizací, nejčastěji s obnovou infrastruktury a dopravy.⁴³

2.4 Vliv her na pořádající město

Olympijské hry nechávají na hostitelském městě velký otisk. Tento vliv se ještě zvýšil po roce 1984, kdy se do her zapojil širší počet sportovců, sportů a zvýšila se pozornost médií i sponzorů. Tím stouply i nároky a očekávání ohledně pořádaných her. V roce 1994 se MOV rozhodl více podporovat ochranu životního prostředí, proto se od měst očekávají čistší a zelenější hry než dříve. Po teroristických útocích v roce 2001 vzrostly také náklady na zajištění bezpečnosti.⁴⁴

2.4.1 Výběr pořádajícího města

Příležitost stát se dějištěm olympiády je udílěna městu. Za tuto volbu zodpovídá MOV. Každá kandidatura musí být dodána národním olympijským výborem. Ten poskytuje dvě záruky. Hry mají být pořádány za požadovaných podmínek MOV. Druhým příslibem je, že NOV a pořádající město ponese společnou a nedílnou zodpovědnost za uzavřené závazky a přebírají na sebe i plnou finanční odpovědnost za pořádání her.⁴⁵

Pořádání OH představuje dlouhý a nákladný závazek města vůči této akci. Dopad může být rozdělen do čtyř samostatných období: příprava žádosti a následné udělení práva pořádat hry, sedmileté období příprav, krátké období

⁴³ NOVOTNÝ, 2011, s. 227-229.

⁴⁴ CASHMAN, 2002, s. 5.

⁴⁵ GOLD, GOLD, 2011, s. 120-125.

samotné olympiády následována paralympiádou, mnohem delší éra po skončení OH. Pořádání olympiády má mnoho dopadů, které je nutné předem uvážit. Patří mezi ně přestavby města, fyzické změny prostředí vlivem zastavění nových prostor, reprezentace města a země a její kultury, zlepšení letecké, silniční a železniční dopravy, zvýšené náklady a daně, změny ve správě a veřejném rozhodování, inovace v politice a politických vztazích, potenciál zvýšení cestovního ruchu, podnikatelské činnosti v oblasti a vytváření nových sportovních center, které mají potenciál být využívány i po hrách. Je nutné počítat se snahou místní komunity zapojit se, vyjadřovat nebo dokonce protestovat proti pořádání her. Část komunity je potřeba zapojit jako dobrovolníky.⁴⁶

2.4.2 Místní komunita

Pořádání her má pozitivní i negativní dopady na hostitelské město a jeho prostředí. Výsledkem snah o co nejrychlejší přípravu her je omezený stupeň komunikace organizátorů s místní komunitou. Ačkoli jsou hry později hodnoceny jako úspěšné a dobře podporované lokálními občany, počáteční odpor části společnosti je charakteristickým rysem všech současných OH. Žádost o pořádání her je totiž podávána jménem všech občanů města, kteří většinou mají pouze nepřímou možnost se vyjádřit, zda souhlasí s kandidaturou svého města na pořádání OH. Žádost je většinou vystavěna na základě výhody pro určitou část obyvatel – ať už jde o městskou obnovu, zlepšení dopravy nebo lepší sportovní zařízení. Tyto výhody jsou udávány jako vyvažující síla potenciálních nákladů a přítěží, které OH obyvatelům přinesou. Organizační výbor her pak jakožto navrhovatel jako důkaz veřejné podpory předkládá průzkumy veřejného mínění.⁴⁷

Lokace her do chudých čtvrtí napomáhá k revitalizaci místní zničené architektury a zástavby a dává základy budoucímu ekonomickému růstu. Po londýnské olympiádě v roce 2012 investovala britská vláda 300 milionů liber na přestavbu olympijského parku na komplex budov, škol, zdravotních zařízení, kanceláří a sportovišť. Nic na tom nezměnil fakt, že se jednalo o čtvrť East London, která patřila k nejchudším v celé zemi. Olympijské hry navzdory

⁴⁶ CASHMAN, 2002, s. 5.

⁴⁷ CASHMAN, 2002, s. 5-7.

ohromným rozpočtům využívají velké množství dobrovolníků – v Londýně 2012 jich bylo 70 tisíc, z čehož 40 % bylo dobrovolníky vůbec poprvé v životě. Právě tito lidé se nejvíce podílejí na pozitivním vnímání her návštěvníky a veřejností.⁴⁸

Skoro každé kandidující olympijské město má v dnešní době své odpůrce vzešlé z řad místních obyvatel. Vznikají místní komunity a nezávislé organizace zaměřené na zajištění ekologických, sociálních, ekonomických a občanských práv z pohledu místních obyvatel. Cílem je se ujistit, že záležitosti občanů nejsou přehlíženy. I když dochází k šíření anti olympijských hnutí a obdobných hlídacích skupin, existuje jen velmi omezený důkaz jejich nosné základny. Je obtížné posoudit jejich významnost a také to, zda mluví za všechny obyvatele nebo jen za radikální okrajovou skupinu. Taktikou organizátorů je proto začlenit klíčové osoby z minoritních skupin jakými jsou domorodí obyvatelé, etnická společenství a sociální skupiny. Všichni tito by jinak mohli zaujmout ke hrám opačné stanovisko a případně pořádat protesty jako demonstraci široké podpory své komunity.⁴⁹

2.4.3 Zaměstnanost

Vlivy olympijských her na zaměstnanost jsou v této části uvedeny na příkladech pořadatelských měst dvou posledních letních olympiád.

Londýnské hry dle údajů MOV předpokládaly vznik téměř 18 tisíc pracovních pozic mezi lety 2012 a 2015 a pomohly zredukovat nezaměstnanost ve městě o 1,2 %. Kromě toho díky OH vzniklo například obchodní centrum, které samo o sobě dalo za vznik deseti tisícům nových pracovních pozic, z čehož dva tisíce obsadili nezaměstnaní místní obyvatelé. Data z minulých let ale ukazují, že dlouhodobý plán vzniku pracovních míst nedosáhl očekávaných výsledků. Nezaměstnanými lidmi bylo obsazeno pouze 10 % pracovních míst. Kromě výstavby a maloobchodního prodeje je obtížné definovat přesné ukazatele nově vzniklých pozic. Mezi nově vzniklá místa spadají i ochranné služby, které se specializují na bezpečnost olympiád.⁵⁰

⁴⁸ HORNE, 2016, s. 50.

⁴⁹ CASHMAN, 2002, s. 8-9.

⁵⁰ HORNE, 2016, s. 49.

V roce 2016 byla brazilská ekonomika v největší recesi za posledních sto let. Od roku 2014 se nezaměstnanost z 6 % zvýšila na 11 % a k lednu 2017 činí dokonce 13 %.⁵¹ Zvyšující se nezaměstnanosti tak nezabránilo ani vytvoření nových nebo dočasných pracovních pozic, kterých podle výzkumu společnosti Ernst&Young vzniklo 1,79 milionu. Údaje ale mohou být zkreslené, protože firma Ernst&Young byla oficiálním sponzorem her.⁵²

Obr. 2.3 Zájem o práci v návaznosti na olympiádu v Brazílii



Zdroj: Indeed, 2016

Jak lze vidět na Obr. 2.2 (viz Obr. 2.2), na trhu pracovních příležitostí se místní obyvatelé začali zajímat o práci v souvislosti s olympiádou rok dopředu. Zájem masivně stoupal a vrcholil měsíc před konáním olympiády, kdy už ale byla většina pozic obsazena.⁵³

2.4.4 Zástavba

Pořádání olympiády s sebou přináší i využití olympijské vesnice. Kvůli držení bytů v soukromém vlastnictví, v závislosti na vládou povolené ceny nájmu si toto bydlení většina místních obyčejných občanů nebude moci dovolit. Místní obyvatelé tedy mohou mít naději, že jejich čtvrť bude benefitovat z pořádání her, je ale zároveň pravděpodobné, že se stanou oběťmi stoupajících nájmu a obměně původní vrstvy obyvatel movitějšími občany. Tento stav se nazývá proces sociální očišty. Proces je řízen prudce se zvyšujícími nájem v soukromém sektoru, náhlým nedostatkem levného bydlení, vládními škrty a dalšími změnami v systému sociálního zabezpečení. Z toho

⁵¹ FERREIRA, Joana. Brazil Unemployment Rate. In: *Trading Economics* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/brazil/unemployment-rate>

⁵² LEAHY, Joe. The Olympic effect will not save Brazil's workers from recession. In: *Financial Times* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.ft.com/content/03e8e16c-474b-11e6-8d68-72e9211e86ab>

⁵³ INDEED. *The Impact of the Rio Olympics on Job Search, in 4 Charts* [online]. 2016 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://blog.indeed.com/2016/08/10/impact-rio-olympics-job-search/>

důvodu dochází k vystěhovávání chudých obyvatel do ještě chudších čtvrtí. Úspěch olympijských her tedy vede k vlně zvyšování cen nemovitostí, které si následně mohou dovolit movití cizinci na rozdíl od místních občanů. Ceny nemovitostí a jejich využití místními přitom nejde dopředu ovlivnit přísliby či veřejným prohlášením organizátorů, ale jsou určeny trhem a poptávkou.⁵⁴

2.4.5 Lidská práva

V době olympiády musí město i země vypadat co nejlépe a prezentovat se v nejlepším možném světle. Přesto pořádání OH může vést k porušování lidských práv pro občany města i státu. Požadavky větší bezpečnosti poskytují organizačnímu výboru a vládě zdůvodnění k zavedení zákonů omezující lidskou svobodu v době konání her. Důvodem je eliminování negativ, která by mohla být spatřena a zaznamenána zástupci světových médií. Organizátoři her tvrdí, že hostitelské město musí zajistit bezpečnost veřejnosti, sportovců, návštěvníků, médií a hodnotářů. Hostitelská města chtějí být bezpečná, je ale na občanech, jestli budou zvýšená opatření brát jako cenu za bezpečnost nebo jako narušení své svobody. V rámci konání OH bývá také zavedené speciální legislativa, která dává policii a bezpečnostním složkám pravomoci nad rámec běžných zvyků. Na základě této dočasné legislativy má policie například pravomoci na telefonní odposlechy. Z toho pramení nebezpečí, aby tato dočasná opatření nebyla využívána i v dlouhodobém horizontu po ukončení OH.⁵⁵

2.4.6 Globalizace

Důležitým elementem při uvažování ekonomických dimenzí OH je prostor. Čím menší je oblast pořádající OH, tím více autonomní peníze do ní přicházejí a tím větší je ekonomický impuls pro město. U malých oblastí větší náklady na dovoz a peníze jsou vynakládány mimo region. Podobný efekt nastane, když se hry konají v rozvojových zemích. Globalizace změnila obojí – jak financování olympijských her, tak benefity hostitelské země, který může očekávat díky pořádání OH. Tři hlavní zdroje financování (prodej TV práv, sponzoring a prodej vstupenek) čerpají z globalizace a jsou možné díky spotřebitelům na celém světě. To přináší hostitelskému městu vysoké příjmy,

⁵⁴ HORNE, 2016, s. 47.

⁵⁵ CASHMAN, 2002, s. 8.

kteřé s sebou přináší pozitivní ekonomický impuls místní ekonomice. Tento globální rozměr je viditelný od 80. let a důkazem je zvyšující se počet měst žádajících o pořádání OH. Ačkoli hry nemají zásadní rozměr pro stát, mají význam pro město a oblast.⁵⁶

2.4.7 Životní prostředí

V roce 1996 byla na olympijskou chartu přidána ochrana životního prostředí. Dohled nad životním prostředím je proto zahrnován již při plánování. V rámci přípravy olympiády dochází k čištění řek, sazení stromů a zeleně i uklízení veřejných prostor. Při samotných hrách probíhá třídění odpadů včetně využívání dešťové vody, přesto není snadné z několikátýdenní akce připravované sedm let udělat udržitelnou a prostředí podporující událost.⁵⁷

Přínosem pořádání her pro životní prostředí daného místa je regenerace prostředí. Za tímto účelem ale musí být pořadatelství her uchopeno jako dlouhodobý proces, a ne jako příprava jednorázové události.⁵⁸

Od roku 1980 do roku 2000 také došlo k přidání sedmi nových sportů a osmdesáti závodů do olympijského programu. Hry se staly příliš velkými, čímž se zátěž na životní prostředí ještě zvýšila. Ve snaze čelit velikášství MOV od roku 2004 omezuje velikost programu.⁵⁹

⁵⁶ PREUSS, 2002, s. 14-15.

⁵⁷ HAYES, Graeme a John HORNE. Sustainable Development, Shock and Awe? London 2012 and Civil Society. *Sociology* [online]. 2011, **45**, 15 [cit. 2017-04-19]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0038038511413424>

⁵⁸ KARAMICHAS, 2013, s. 158-160.

⁵⁹ CASHMAN, 2002, s. 8-9.

3 Medializace dopadů konání olympijských her na společnost

Praktická část bakalářské práce je rozdělena na tři hlavní části. První nastiňuje postavení sportu v médiích. Druhá podkapitola popisuje samotný výzkum, jeho cíl, specifikuje výzkumné metody a otázky a objasňuje sběr dat. Charakterizována jsou také zkoumaná média. Poslední část je věnována analýze, která se zabývá frekvencí pokrytí, tématy, důležitostmi a zpravodajskými hodnotami hodnocených článků.

3.1 Sport a média

Početně největší skupina lidí přichází do kontaktu se sportem skrze masová média. Důležitým aspektem je lidská záliba v příbězích. Literární i kulturní teorie tvrdí, že se člověk pokouší světu porozumět především prostřednictvím příběhů. Poptávka po příbězích je natolik silná, že se narativní struktura vytvoří i kolem sportovní události. Důsledkem je zapojení širší veřejnosti, než jaké by se o probíhající sportovní soutěž zajímalo obvykle.⁶⁰

V době před, po i během olympiády je město pod drobnohledem mezinárodních médií, které často informují veřejnost o problémech pořádajícího města. Negativní příběhy z průběhu příprav či vznikající sociální a politické problémy se z jádra společnosti prostřednictvím médií šíří do celého světa. Zástupců médií bývá na hrách dokonce více než samotných sportovců.⁶¹ Vzhledem k výše zmíněným problémům musí být organizační výbor otevřený a transparentní.

Sportovní dění v tištěných médiích periodického typu má důležitou roli. Všechny velké české deníky obsahují sportovní stránky. Pokud má periodikum ambice usilovat o co nejširší čtenářskou obec a nechtějí zužovat profil této obce, musí dát sportu značný prostor. Základní zpravodajství je tak doplněno dalšími novinářskými žánry a sportovní tematika už není výlučně spjata se zápasovými reporty a tabulkou výsledků. Sport se promítá do rozhovorů, komentářů, nebo historických okének. Podobně je to nejen se žánry, ale i s tematikou. Média nepřenáší pouze přenosy sportovních výkonů, ale i informace o ekonomicko-sociálních aspektech sportovních akcí. Mezi tato

⁶⁰ DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 36.

⁶¹ PREUSS, 2002, s. 15.

témata patří sledování stavu zaměstnanosti, financování akce, infrastruktury či vliv na životní prostředí. Hlavní sportovní zprávy jsou umístěny na poslední stránce a pro jejich pokračování i četbu dalších článků musí čtenář zalistovat deníkem zpět. Výjimky jsou sportovní události zásadního významu – těm je vyhrazena i strana titulní.⁶²

3.2 Výzkum

Tématem práce je mediální obraz dopadů olympijských her na konající zemi. V rámci se autorka této práce rozhodla téma specifikovat a zaměřit se na konkrétní příklad olympiády v brazilském Riu de Janeiru, která se zde konala v roce 2016.

Cílem práce je popsat obraz aspektů her v různých českých denících. Výzkum se nezabývá sportovním obsahem a interpretací sportovních výsledků. Daný mediální obraz bude odhalen prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy.

3.2.1 Výzkumná metoda

Úvahy o obsahu médií jsou spjaty s různými výzkumnými metodami. Soustředění se na samotné sdělení jako zdroj významu je praktické, protože fyzické texty nejsou znehodnocovány časem. Na druhou stranu se bez názoru příjemce může ztratit kontext sdělení. Přesto je množství a frekvence pozornosti věnované tématu vodítkem k významu sdělení.⁶³ Proto byla jako metoda této práce stanovena kvantitativní analýza sběru dat.

Kvantitativní analýza je používána pro tzv. analýzu prvního stupně. Zásadním rysem je zaměření se na zjevný obsah mediálních sdělení.⁶⁴ Tato analýza je dílčí, systematická, generalizující, mající zjevný význam a objektivní.⁶⁵ Pozitivní stránkou kvantitativního výzkumu oproti kvalitativnímu je, že se zabývá zjevnou rovinou obsahu, která je pro všechny čtenáře shodná a není aktivována až v jejich myslích.⁶⁶

⁶² DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 42.

⁶³ MCQUAIL, 2009, s. 373.

⁶⁴ ŠKODOVÁ, ČERVENKA, 2008, s. 45.

⁶⁵ MCQUAIL, 2009, s. 378.

⁶⁶ ŠKODOVÁ, 2008, s. 41-45.

Základní princip obsahové analýzy spočívá ve vymezení reprezentativního vzorku medializovaných sdělení, pojmenování jednotlivých částí a počítání položek pod jednotlivými pojmenováními.⁶⁷ Jedním z přístupů k obsahové analýze mohou být i následující kroky: zvolení vzorku obsahu, vytvoření relevantního rámce, zvolení jednotky analýzy, počítání frekvence zvolených jednotek zmiňujících se o relevantních tématech a vyjádření výsledků podle frekvence výskytu hledaných referencí.⁶⁸

3.2.2 Výběr textů

Zdrojem dat byly články publikované v denících Mladá fronta DNES, Sport a Hospodářské noviny. Články byly vyhledány pomocí databáze Anopress. Databáze je vyvíjena a spravována společností Anopress IT, která v ČR působí jako dodavatel monitoringu médií od roku 1997.⁶⁹ Omezení výzkumu spočívá v tom, že databáze Anopress nenabízí k nahlédnutí konkrétní obrazové přílohy, pouze informuje o jejich přítomnosti. Není také patrné, v jaké části stránky byl text publikován. Tyto prostředky přitom mají vliv na vnímání textu čtenářem. Největší důležitost je například přisuzována informacím v pravém horním rohu, nejméně v levém dolním. Pozitivem databáze Anopress je zobrazení všech článků dle zadaných kritérií, což zabraňuje nepozornostem či přehlédnutím zpracovatele v situaci, kdy by texty v médiích procházel manuálně.

Výběr textů je omezen pevným datem, a to dnem začátku a konce olympiády. Bylo proto stanoveno na termín od 5. do 21. srpna 2016. V tomto období vydávala určitá média i speciální olympijskou rubriku, která byla na texty zabývající se touto problematikou přímo zaměřena.

3.2.3 Charakteristika souboru

Soubor vybraných analyzovaných článků je definován určitými shodnými znaky. V databázi Anopress byly články hledány účelovým výběrem, který je definován jako výběr vycházející z úsudku výzkumníka a z jeho vlastního posouzení, které články by měly či neměly být pro účely analýzy zahrnuty.⁷⁰

⁶⁷ BURTON, JIRÁK, 2001, s. 33.

⁶⁸ MCQUAIL, 2009, s. 375.

⁶⁹ ANOPRESS [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.anopress.cz/>

⁷⁰ DISMAN, 2011, s. 112-113.

Články byly vyhledány v databázi Anopress v části celostátní deníky, konkrétně nalezením deníků Mladá fronta DNES, Sport a Hospodářské noviny a následného zadání klíčového slova „olympiáda“ nebo „olympijské hry“ a zároveň slova „rio“. Tomuto zadání odpovídalo několik tisíc článků. Přesný počet není možné kvantifikovat, jelikož databáze Anopress nezobrazuje více než tisíc článků na jednu stranu. Při analýze byly z tohoto množství vybrány jen texty, které se týkaly dopadů olympijských her na pořádající město. Z analýzy byly vynechány články nesouvisející se zkoumanou tematikou, tzn. články zabývající se sportovními výsledky či texty týkající se doprovodných olympijských parků budovaných v době olympiády v Riu na území České republiky.

3.3 Zkoumaná média

Pro analýzu byla zvolena tři česká tištěná média – deníky Mladá fronta DNES, Sport a Hospodářské noviny. Každý z deníku vychází pod jiným vydavatelstvím.

3.3.1 Deník Mladá fronta DNES

Mladá fronta DNES (dále také jako MF DNES) je český tištěný deník vycházející od 1. září 1990. Z výzkumu čtenosti Media projekt vyplývá, že si mezi celostátními deníky udržuje druhé místo. Media projekt je oficiální výzkum čtenosti tiskových titulů a zajišťují ho agentury Median a STEM/MARK.

Nejčtenějším celostátním tiskem je bulvární deník Blesk, a to z MF DNES dělá nejčtenější seriózní deník v České republice. Každý prodaný výtisk se dostane do rukou několika čtenářů. Průměrný denní náklad MF DNES činil k lednu 2017 136 tisíc výtisků⁷¹, průměrná čtenost ale na jedno vydání dosahuje počtu 609 tisíc čtenářů.⁷²

Deník MF DNES patří pod mediální skupinu MAFRA, pod kterou spadají také deníky Lidové noviny a Metro, týdeníky TÉMA a 5plus2, online verze

⁷¹ Unie vydavatelů, 2017. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni

⁷² Stemmark, 2017. Dostupné z: <http://www.stemmark.cz/mediaprojekt-2-pololeti-2016/>

iDNES.cz a Lidovky.cz a také další kanály Óčko a Rádio Impuls. Všechny produkty jsou součástí mediální divize Agrofert.⁷³

Během olympiády v Riu 2016 vycházela v deníku speciální rubrice OH V RIU. Analyzované články se vyskytovaly v této rubrice a také v rubrice Sport, Ze světa, Názory a Ekonomka. Na místě konání olympiády měla MF DNES čtyři reportéry, konkrétně Karla Knapa, Ondřeje Novotného, Miroslava Němého a Tomáše Macka.

3.3.2 Deník Sport

Sport je český sportovní deník, poprvé vyšel 3. ledna 1953 pod názvem Československý sport, název změnil v roce 1993. V roce 1999 vznikla i jeho internetová podoba iSport.cz.

Deník Sport je třetím nejčtenějším celostátním deníkem. Za poslední dvě čtvrtletí loňského roku si polepšil oproti předchozímu období o dva tisíce čtenářů. Prodaný náklad v lednu 2017 činil 31 tisíc výtisků⁷⁴, průměrná čtenost na vydání ale činila 289 tisíc čtenářů.⁷⁵

Vlastníkem deníku Sport je akciová společnost Czech News Center, dříve známá pod názvem Ringier Axel Springer CZ. Společnost je součástí koncernu Czech Media Invest. Předsedou představenstva je Daniel Křetínský.⁷⁶

V průběhu olympiády v Riu vycházely v deníku specializované rubriky RIO show 2016 a OH 2016. Analyzované články pocházely převážně z těchto rubrik. Deník Sport měl v místě konání brazilské olympiády čtyři reportéry, jmenovitě Romanu Barboříkovou, Martina Haška, Ivo Pospíšila a Barboru Reichovou.

3.3.3 Deník Hospodářské noviny

Hospodářské noviny (dále také jako HN) byly založeny v roce 1990. Průměrná čtenost činí 150 tisíc čtenářů na vydání za stejné období jako

⁷³ MAFRA [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

⁷⁴ Unie vydavatelů, 2017.

⁷⁵ Stemmark, 2017.

⁷⁶ JUSTICE [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>

předchozí dva zmiňované deníky.⁷⁷ Prodaný náklad k letošnímu lednu činil přes 30 tisíc výtisků.⁷⁸

Vydavatelem Hospodářských novin je nakladatelství Economia, které vydává mimo jiné i týdeníky Respekt a Ekonom a provozuje portály Aktuálně.cz a iHNed.cz. Vlastníkem společnosti Economia je Zdeněk Bakala. Šéfredaktorem deníku Hospodářské noviny je Martin Jašminský.⁷⁹

V době olympiády v Riu nevycházela v Hospodářských novinách speciální příloha zaměřená na tuto problematiku. Analyzované články se objevily v rubrikách Události, Názory, Technologie a Kultura plus.

3.4 Výzkumné otázky

Výzkumné otázky byly zvoleny na základě využití kvantitativní analýzy. Hlavní výzkumná otázka se odvíjí od teoretické části této práce s aplikací na konkrétní událost. Hlavní výzkumná otázka byla rozdělena na dílčí výzkumné otázky. Ty jsou dále rozpracovány do hypotéz, proměnných a nabývaných hodnot.

Hlavní výzkumná otázka: **Jaký byl mediální obraz dopadů olympijských her v Riu 2016 na konající zemi?**

Dílčí výzkumná otázka č. 1: *Jaká byla frekvence článků informujících o sociálních a ekonomických aspektech her v Riu 2016?*

H1: Počet publikovaných článků bude nejvyšší v deníku Mladá fronta DNES.

H2: Počet publikovaných článků bude nejvyšší v deníku Sport.

H3: Počet publikovaných článků bude nejvyšší v deníku Hospodářské noviny.

Proměnná: počet zveřejněných článků

Hodnoty: počet článků s danou tématikou publikované v jednotlivých denících

Hypotézy byly stanoveny z následujících důvodů: Mladá fronta DNES je nejčtenějším seriózním deníkem, očekává se tedy u něj vysoká informovanost.

⁷⁷ Stemmark, 2017.

⁷⁸ Unie vydavatelů, 2017.

⁷⁹ ECONOMIA [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://economia.ihted.cz/kontakty/>

Oproti tomu deníky Sport a Hospodářské noviny byly vybrány kvůli jejich zaměření na sportovní, respektive ekonomickou problematiku, kdy obojí souvisí s tématem analýzy. Za platnou bude považována ta hypotéza, která nabude nejvyšších hodnot.

Dílčí výzkumná otázka č. 2: *O jakých sociálních a ekonomických aspektech her se v průběhu olympiády v Riu 2016 psalo?*

H4: Z oblasti sociálních a ekonomických aspektů her se v deníku Sport nejvíce psalo o kriminalitě.

H5: Z oblasti sociálních a ekonomických aspektů her se v deníku MF DNES nejvíce psalo o kriminalitě.

Proměnná: témata článků

Hodnoty: počet článků zabývajících se jednotlivými tématy

Hypotézy 4 a 5 byly stanoveny na základě faktu, že v hodnocení bezpečnosti zemí, zkoumané Organizací pro ekonomickou spolupráci a rozvoj, se Brazílie umístila na posledním místě z 38 hodnocených zemí. Přibližně 40 % dotázaných místních obyvatel uvádí, že se v noci v ulicích necítí bezpečně.⁸⁰

Dílčí výzkumná otázka č. 3: *Jaká důležitost byla článkům přisuzována?*

H6: Absolutně větší důležitost článkům přikládal deník Sport.

H7: Absolutně větší důležitost článkům přikládal deník MF DNES.

Proměnná: přisouzená důležitost článku

Hodnoty: málo důležitý, důležitý, velmi důležitý

Posuzován bude rozsah článku, jeho vizuální příloha, téma, titulky a přítomnost autora článku v místě dění.

⁸⁰ KEEPEEK. *OECD Better Life Index* [online]. 2015 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/economics/how-s-life-2015_how_life-2015-en#page4

Rozsah článku bude měřen na základě počtu slov a bodován následovně:

méně než 300 slov: 1 bod

301–500 slov: 2 body

501–700 slov: 3 body

701–900 slov: 4 body

více než 900 slov: 5 bodů.

Článku může být za rozsah uděleno maximálně 5 bodů.

Vizuální příloha bude bodována na základě přítomnosti či nepřítomnosti fotografie. V případě absence vizuální přílohy neobdrží žádný bod, v případě 1 fotografie 1 bod, v případě více fotografií 2 body. V této kategorii tak můžou být článku přiděleny maximálně 2 body.

Téma článku bude hodnoceno tímto způsobem: pokud bude sledované téma hlavním tématem, bude článek ohodnocen 3 body, pokud pouze okrajovým, získá článek 1 bod.

Posledním hodnoceným aspektem bude titulek: v případě, že se bude týkat sociálních nebo ekonomických aspektů her, dostane článek 1 bod, v opačném případě bod žádný.

Dalším bodovaným kritériem mohlo být umístění článku v rámci daného tisku na titulní nebo jiné straně. Toto kritérium ale nebylo zařazeno, jelikož sportovní obsah se v některých denících tradičně řadí na poslední strany.⁸¹ Hodnocení by tedy nebylo objektivní.

Poslední posuzovaným aspektem je přítomnost reportéra přímo v místě konání olympiády. V situaci, kdy se autor článku nacházel v dějišti her, tj. médium dává přednost autentickým informacím oproti těm od tiskových agentur, bude článku udělen 1 bod, v opačném případě žádný.

Celkový nejmenší možný počet získaných bodů jsou 2 body a nejvyšší 12 bodů. Dle souhrnného počtu bodů bude článku přiřazena jedna z následujících hodnot: málo důležitý (2-6 bodů), důležitý (7-9 bodů) nebo velmi důležitý (10-12 bodů).

⁸¹ DĚKANOVSKÝ, 2008, s. 42.

Hypotéza 6 předpokládá, že deník Sport se zaměřuje více na sportovní výsledky než na informace o sociálních a ekonomických aspektech. Hypotéza 7 vychází z faktu, že Mladá fronta DNES je obecně více orientovaná na ekonomickou tematiku, pro niž má i speciální přílohu.

Dílčí výzkumná otázka č. 4: *Jaké se v jednotlivých sledovaných člancích vyskytují zpravodajské hodnoty?*

H8: Zpravodajská hodnota dramatičnost se bude nejčastěji vyskytovat v člancích deníku Sport.

H9: Zpravodajská hodnota kontinuita se bude nejčastěji vyskytovat v člancích deníku Mladá fronta DNES i deníku Sport.

H10: Zpravodajská hodnota jednoznačnost se bude nejčastěji vyskytovat v člancích deníku Sport.

Proměnná: zpravodajská hodnota

Hodnoty: jednoznačnost, překvapení, kontinuita, personalizace, negativita, závažnost, dramatičnost

Zpravodajské hodnoty jsou na základě studie Galtunga a Rugeové⁸² definované tak, že „čím má událost jasnější význam, tím spíše bude hodnocena jako vhodná. Události neočekávané a se vzácným výskytem mají velkou hodnotu a tím i pravděpodobnost stát se zprávou. Pokud o události média již jednou informovala, a přesto jí dají přednost i nadále, mají svou hodnotu, ačkoli je tato hodnota v porovnání s novými a dosud nepublikovanými událostmi nižší. Události podávány jako důsledky konkrétních osob mají větší hodnotu než události abstraktní. U negativy platí, že čím je událost negativnější, tím větší šanci má stát se zprávou.“ Mezi další zpravodajské hodnoty patří závažnost a dramatičnost.⁸³

Hypotéza 8 předpokládá, že deník Sport se vyjma prezentace sportovních výsledků věnuje v oblasti olympiády v Riu především tématům, které mají velkou šanci přilákat čtenářskou pozornost. Tuto pozornost je snadnější získat dramatickým podáním článku. Hypotéza 9 předpokládá, že

⁸² KUNCZIK, 1995, s. 120-123.

⁸³ MCQUAIL, 2009, s. 320.

deník MF DNES i deník Sport bude díky přítomnosti reportérů přímo na místě informovat o aspektech olympiády průběžně a bude témata nejvíce rozvíjet. Hypotéza 10 předpokládá, že nejčastější hodnotou v deníku Sport bude ve sledovaných člancích jednoznačnost. Hypotéza vyplývá z úsudku, že deník je svým zaměřením orientován převážně na prezentaci sportovních výsledků a na podrobněji analyzované články zaměřené na jinou tematiku již na jeho stranách nevyjde prostor.

3.5 Analýza

Mediální pokrytí her přináší pořádající zemi značný přínos především v odvětví cestovního ruchu. Snaha zemí hostit olympiádu souvisí s pojmem agenda-setting. Média totiž mohou podáváním určitých informací přetvářet obraz pořádající země a tím zvýšit či snížit zájem o danou zemi či město.⁸⁴ Analýza se zabývá frekvencí pokrytí, tématy, důležitostí a zpravodajskými hodnotami daných článků.

3.5.1 Frekvence pokrytí

Proces soupeření mezi tématy a snaha jejich zástupců získat pozornost médií slouží také k ovlivňování veřejného mínění a nastoluje témata, o kterých by se mělo mluvit.⁸⁵ Logicky vyplývá, že čím větší míra článků je o tématu napsána, tím je potenciální ovlivnění veřejnosti vyšší.

Tab. 3.1 Počet článků publikovaných v jednotlivých médiích

médium	počet článků
MF DNES	44
Sport	48
HN	9

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

Články, ve kterých zadané téma bylo zmíněno pouze okrajově, byly záměrně vynechány. Celkově analýze vyhovovalo 101 článků. Jak vyplývá z Tab. 3.1 (viz Tab. 3.1), 44 článků bylo z deníku MF DNES, 48 článků z deníku

⁸⁴ RIVENBURGH, Nancy. *The Olympic Games, media and the challenges of global image making: university lecture on the Olympics* [online]. Barcelona : Centre d'Estudis Olímpics (UAB), 2004 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/rivenburgh.pdf>

⁸⁵ ROSŮLEK, 2009, s. 119-120.

Sport a 9 článků z deníku Hospodářské noviny. U první dílčí výzkumné otázky je tedy pravdivá hypotéza 2, tj. že nejvíce článků bude publikována v deníku Sport. Hypotézy 1 a 3 předpokládající největší výskyt v denících MF DNES a Hospodářských novinách tedy pravdivé nejsou. Tento stav je také graficky znázorněn v Příloze 1.

Z důvodu malého množství článků týkajících se řešené problematiky byly Hospodářské noviny u dalších dílčích výzkumných otázek z analýzy vyřazeny.

3.5.2 Témata

Analýza obsahu je tradiční metodou zkoumání obsahu a jejím základním rysem je kvantifikování jevů.⁸⁶ Výzkumnům zabývajícím se obsahem se občas vytýká, že kvalitu nemohou posuzovat skrze kvantitativní analýzu. Dle Schulze texty mohou mít rozdílnou interpretaci, což ale nehovoří proti kvantitativní obsahové analýze.⁸⁷

Autorka práce proto na základě poznatků zmíněných v teoretické části definovala témata článků a následně je kvantifikovala dle jejich výskytu v deníku Sport a deníku MF DNES.

Hypotéza 4 předpokládala, že z oblasti sociálních a ekonomických aspektů her se v deníku Sport nejvíce psalo o kriminalitě, hypotéza 5 naopak předpokládala, že o tomto tématu bude nejvíce psát MF DNES.

Jak vyplývá z Tab. 3.2 (viz Tab. 3.2), hypotéza 4 pravdivá není. V deníku Sport se v období olympiády v Riu nejvíce psalo o kvalitě zástavby, tj. o výstavbě nových stadionů, olympijské vesnice či o nedostavěných budovách a nestíhání termínů. Kriminalita byla druhým nejčastějším tématem, třetím pak image her a olympijského hnutí. V této souvislosti se psalo o činnostech olympijských výborů či o šíření olympijských hodnot. Oproti tomu hypotéza 5 pravdivá je, jelikož kriminalita jako téma olympijských článků se v MF DNES vyskytla v 11 případech.

⁸⁶ SCHULZ, 2011, s. 76.

⁸⁷ SCHULZ, 2011, s. 67-68.

Tab. 3.2 Témata článků

	Sport	MF DNES	celkem
tržby, výnosy	1	2	3
financování, náklady	3	3	6
vhodnost výběru města	2	2	4
marketing, sponzorství	1	4	5
ekonomická situace země	3	4	7
místní komunita	5	9	14
kriminalita	13	11	24
zaměstnanost	1	2	3
dobrovolníci	3	1	4
kvalita zástavby	15	4	19
kvalita dopravy	3	4	7
jiné organizační aspekty	11	6	17
lidská práva	0	0	0
globalizace	1	2	3
životní prostředí, ekologie	5	9	14
riziko nákazy virem zika	5	7	12
národní hrdost	3	1	4
image města nebo země	10	10	20
image her a olympijského hnutí	12	9	21
dopad na obyvatele	5	2	7
cestovní ruch	1	5	6

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

Druhým nejčastějším tématem článků v MF DNES byla image Rio de Janeira, potažmo celé Brazílie. V pořadí třetím nejvíce zmiňovaným tématem byly zmínky o místní komunitě obyvatel, konkrétně o jejich otevřené povaze, přátelskosti, ale i o neférových místních fanoušcích či o skupinách obyvatel demonstrujících proti OH.

V součtu celkovým nejčastějším tématem v obou denících byla kriminalita. Tyto články se týkaly také bezpečnosti a chudoby a byly to především reportáže z chudinských čtvrtí a favel. Další články informovaly o nelegálním obchodování se vstupenkami, o krádežích, drogových dealerech a nebezpečných místech v Riu. Zmiňována byla také úroveň bezpečnostních opatření v čele s policejními hlídkami, vrtulníky a vojáky v ulicích po dobu konání olympiády.

3.5.3 Důležitost

Stanovování důležitosti, jaká je článku přidělována, se odvíjí od pojmu priming neboli zdůrazňování. Tento koncept je rovněž spojován s teorií

nastolování agendy. Odráží se v něm významnost tématu. Využití primingu v praxi znamená ověřování stanovených kritérií a hodnocení konkrétních objektů. Téma článku tedy není jediným aspektem nastolování agendy.⁸⁸ Priming je proces připsání či vyloučení určitých aspektů z pozorování. Ovlivňuje, jakým způsobem budou příjemci fakta představena.⁸⁹

Pro hodnocení důležitosti byla použita následující kritéria: rozsah článku, přítomnost vizuální přílohy, důležitost tématu, tematicnost titulku a přítomnost redaktora v místě dění. Tyto faktory byly obodovány dle předem stanovených kritérií, viz Příloha 2 a Příloha 3.

Tab. 3.3 Důležitost v denících MF DNES a Sport

důležitost	MF DNES	Sport
málo důležité	20	22
důležité + velmi důležité	24	26

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

Jak vyplývá z Tab. 3.3 (viz Tab. 3.3), z prozkoumání hodnot analyzovaných článků vyplývá, že početně větší důležitost článkům přikládal deník Sport.

Tab. 3.4 Důležitost článků v deníku Sport

důležitost	body	počet článků	celkem článků
málo důležité	2	0	22
	3	1	
	4	3	
	5	6	
	6	12	
důležité	7	10	23
	8	8	
	9	5	
velmi důležité	10	2	3
	11	0	
	12	1	

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

⁸⁸ ŠKODOVÁ, 2008, s. 37-38.

⁸⁹ ROSŮLEK, 2009, s. 126-132.

Důležitých a velmi důležitých vyšlo v deníku Sport v součtu 26 článků, v MF DNES o dva méně, jak je graficky znázorněno také v Příloze 4. Deník Sport vydal i více článků ohodnocených jako málo důležité. MF DNES jich vydala 20, zatímco Sport otiskl 22 článků. Celkově bylo důležitých či velmi důležitých 50 z 92 analyzovaných textů, tj. 54 % analyzovaných článků.

Větší důležitost článků z deníku Sport předpokládala hypotéza 6, která je proto pravdivá. Hypotéza 7 přikládající větší důležitost článkům z MF DNES tedy pravdivá není.

Jak je ale viditelné z Tab. 3.4 a 3.5 (viz Tab. 3.4 a Tab. 3.5), v případě zohlednění pouze velmi důležitých článků by početně vyšších hodnot dosahovaly články z MF DNES. Velmi důležitých článků totiž v MF DNES vyšlo o pět více než v deníku Sport.

Tab. 3.5 Důležitost článků v deníku MF DNES

důležitost	body	počet článků	celkem článků
málo důležité	2	2	20
	3	1	
	4	7	
	5	7	
	6	3	
důležité	7	6	16
	8	3	
	9	7	
velmi důležité	10	6	8
	11	0	
	12	2	

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

3.5.4 Zpravodajské hodnoty

Se zkoumáním zpravodajských hodnot souvisí pojem gatekeeping. Ten slouží k označení procesů, které v médiích určují výběr informací a její vpuštění k příjemcům. Vybírání zohledňuje nejen obsah, ale i předpokládaný typ publika.

Koncept zpravodajských hodnot tak odkazuje k ustáleným představám toho, co bude publikum daného média zajímat.⁹⁰

Zmiňované zpravodajské hodnoty vychází z určitých západních hodnot společnosti, které projevují zájem o negativní, dramatické a násilné události. Zájem publika o zpravodajská témata se od redakčního úsudku může značně odlišovat.⁹¹

Na základě teorie gatekeepingu byly stanoveny následující sledované zpravodajské hodnoty: jednoznačnost, překvapení, kontinuita, personalizace, negativita, závažnost a dramatičnost. Výskyt těchto hodnot je zaznamenán v Příloze 5 pro deník Sport a Příloze 6 pro deník MF DNES.

Jak vyplývá z Tab. 3.6, v deníku MF DNES dosahovala nejvyšších zpravodajských hodnot hodnota překvapení. Druhou nejčastější hodnotou byla kontinuita, třetí dramatičnost. Právě dramatičnost byla nejvyšší hodnotou v deníku Sport. Druhou hodnotou byla kontinuita, třetí pak negativita. Tento stav je graficky zaznamenán také v Příloze 7.

Tab. 3.6 Zpravodajské hodnoty ve sledovaných článcích

hodnoty	médiu		celkem
	MF DNES	Sport	
jednoznačnost	16	25	41
překvapení	26	22	48
kontinuita	23	30	53
personalizace	12	15	27
negativita	18	29	47
závažnost	13	21	34
dramatičnost	20	35	55

Zdroj: vlastní výzkum, 2017

Hypotéza 8 předpokládala, že deník Sport bude témata kvůli přilákání čtenářské pozornosti podávat dramatickým způsobem a nejčastější hodnotou bude dramatičnost. Tato hypotéza se analýzou ukázala jako pravdivá. Dramatičnost obsahovalo 73 % hodnocených článků v deníku Sport.

⁹⁰ MCQUAIL, 2009, s. 318-319.

⁹¹ MCQUAIL, 2009, s. 320.

Hypotéza 9 předpokládala, že obě média budou díky přítomnosti reportérů přímo v místě konání informovat o aspektech olympiády průběžně a budou témata průběžně rozvíjet. Nejčastější hodnotou byla očekávána kontinuita. Ta se u obou médií vyskytla až jako druhá nejčastější sledovaná hodnota, hypotéza 9 se tedy ukázala jako neplatná.

Hypotéza 10 předpokládala, že nejčastější hodnotou v deníku Sport bude jednoznačnost. Jednoznačnost s 52 % výskytů byla ale až čtvrtou nejčastější hodnotou, proto i tato hypotéza byla vyvrácena.

Celkovou nejčastější hodnotou v obou médiích byla dramatičnost, vysokých hodnot dosahovaly také překvapení a negativita. Hodnota dramatičnost se objevila v celkovém počtu 55 článků z 92 textů, to znamená v 60 % všech případů.

3.6 Vyhodnocení analýzy

V rámci výzkumu se autorka zabývala vykreslením mediálního obrazu ekonomických a sociálních dopadů olympijských her na pořádající město. Kvantitativní obsahová analýza se u hodnocených článků zabývala jejich frekvencí pokrytí, tématy, důležitostmi a zpravodajskými hodnotami. Autorka stanovila jednu hlavní výzkumnou otázku, která byla rozdělena na čtyři dílčí podotázky. V rámci nich bylo stanoveno deset hypotéz. Čtyři hypotézy byly na základě výsledků výzkumu prohlášeny za platné.

Z analýzy vyplynulo, že nejvíce ekonomické a sociální aspekty olympiády v Riu po dobu jejich konání reflektoval deník Sport. Hledaných článků se v něm objevilo 48, v deníku Mladá fronta Dnes jich bylo 44 a v deníku Hospodářské noviny pouze 9. Z důvodu malého počtu článku v HN byl tento deník z dalších dílčích výzkumných otázek vyřazen.

Na základě poznatků z teoretické části této práce definovala autorka nejčastější témata zkoumaných článků a následně je kvantifikovala. Nejvíce vyskytovaným tématem v MF DNES bylo téma kriminality, bezpečnosti a chudoby. V deníku Sport se v období olympiády v Riu nejvíce psalo o kvalitě zástavby, např. o výstavbě nových budov a dodržování stavebních termínů. V součtu celkovým nejčastějším tématem v obou denících byla již zmíněná kriminalita. Tyto články se týkaly také otázky bezpečnosti a byly to především

reportáže z chudinských čtvrtí a favel, které reflektovaly život místních obyvatel s pompézností olympiády. Další články na toto téma informovaly o nelegálním obchodování se vstupenkami, o krádežích, obchodu s drogami a nebezpečných místech v Riu, kam není turistům a návštěvníkům olympiády doporučen vstup. Zmiňována byla také úroveň bezpečnostních opatření po dobu konání olympiády v čele s policejními hlídkami, vrtulníky a vojáky v ulicích.

Z hlediska důležitosti článků a zdůrazňování zkoumaného tématu z analýzy dále vyplynulo, že větší důležitost na základě absolutních ukazatelů přikládal článkům deník Sport. V analýze byl zhodnocen počet slov, přítomnost vizuální přílohy a tematického titulku, přítomnost autora v místě dění a významnost tématu každého zkoumaného článku. Na základě těchto údajů vyplynulo, že důležitých a velmi důležitých vyšlo v deníku Sport v součtu 26 článků, v MF DNES o dva méně. Ze zpravodajských hodnot pak v deníku MF DNES převažovala hodnota překvapení. V deníku Sport byla nejvyšší hodnotou dramatičnost, která jako nejčastější hodnota převažovala i celkově v součtu obou deníků. Tato hodnota se vyskytovala v 60 % všech hodnocených článků.

4 Využití řešené problematiky v žurnalistice

Součástí bakalářské práce je zpracování řešené problematiky do čtyř žánrů: úvodního článku, interview, ankety a recenze. Žánry jsou zpracovány pro širokou veřejnost a určeny pro lifestylový sportovní magazín Svět sportu. Autorka této práce je zároveň autorkou předložených žánrů.

4.1 Úvodní článek

Organizaci sportovní události si většina lidí neumí představit

„Olympijské hry? Zbytečná megalomanská akce. Dříve možná bývaly oslavou sportu, ale dnes už jsou masovou zábavou pro diváky a komerční událostí. Kamkoli se při záběrech v televizi podívám, vidím promo bannery a loga sponzorů. V této dekádě se z olympiády vyvinula oslava politiky, reklamy a hysterie,“ říká 58letý sportovní fanoušek Miloš.

Miloš není jediný, kdo má na pořádání velkých sportovních akcí skeptický názor. Jsou takové události sjednocením zemí, prestižní záležitostí nebo studnou na peníze? Na tuto otázku není jednoduchá odpověď. Jedna věc je ale jistá – málokdo si umí představit být v kůži organizátorů.

Nezapomínejte na to dobré

Už přes sto let je novodobá olympiáda pro celý svět významnou akcí společenského i sportovního charakteru. Zachování a posilování olympijského odkazu má na starost také Mezinárodní společnost olympijských historiků. „Vždy, když nahlížíme na olympiádu z negativní perspektivy, zapomínáme na to dobré. Hry jsou především příležitostí, aby se lidé sešli a poznali se s těmi, s kterými by se z důvodu politických nebo zeměpisných nesetkali,“ zmiňuje sportovní historik a prezident společnosti David Wallechinsky v rozhovoru pro Českou televizi.

Je totiž jednoduché kritizovat, pokud si člověk sám neměl možnost obdobnou činnost vyzkoušet. Výsledek pořádání nejen sportovní události se obvykle smrskne do několika dní, ne všichni si ale uvědomí, že tomuto období předchází několikanásobně delší přípravy.

Ne nadarmo se proto o pořadatelsví olympijských her rozhoduje sedm let dopředu, aby mělo konající město a stát dostatek času a prostoru na organizaci i vyřešení případných problémů. Čím větší událost, tím více práce. Financování, propagace, doprava, ubytování, stravování, zajištění technického zázemí od vybavenosti sportovišť po ochranu a bezpečnost, ale i prodej vstupenek či kontrola diváckého komfortu. To vše jsou aspekty každé větší sportovní akce.

Bez peněz, zato s úsměvem

Pokud se vám výčet organizačního procesu nezdál dostatečně široký, máte pravdu, chyběla v něm složka, na kterou se zapomíná. Při nahlédnutí pod pokličku pořadatelům ale ani nemusíme překračovat kontinenty, stačí zůstat v české kotlině, kde se také pořádají akce světového významu. Takovou akcí bylo i Mistrovství Evropy v krasobruslení, které se v České republice konalo v lednu letošního roku. Co je tedy onou nejvíce opomíjenou složkou každé sportovní akce? „Uskutečnění Mistrovství Evropy by se neobešlo bez pomoci dobrovolníků. Začali jsme je shánět rok před začátkem šampionátu, aby vše klapalo tak, jak má. V minulosti jsem se podílel na organizaci Mistrovství světa v hokeji nebo olympijského parku, letošní ME v krasobruslení ale bylo za mých sedm let v praxi nejtěžší zkouškou. Přesto jsem ze strany sportovců i diváků na letošní dobrovolníky zaznamenal jen samou chválu,“ komentuje situaci vedoucí sekce dobrovolníků Vlastimil Bijota.

Tuto činnost si ve svém životě vyzkoušela i Natálie Hanková, která se jako dobrovolnice zúčastnila na Mistrovství světa v kolové v Brně nebo na Mistrovství světa v horské cyklistice v Novém Městě na Moravě. Svým pozitivním přístupem spadá do kategorie ideálního člověka ovlivněného sportovní událostí konané v jeho zemi. Vliv akce na hostitelský stát totiž není jen ekonomický. Dojem, který událost na místní obyvatele udělá, nedopadá jen na návštěvníky nebo diváky za televizní obrazovkou. Dobrovolníci šíří náladu z akce mezi své známé a jsou její chodící imagí.

„Dobrovolník je podle mého určitý charakter osobnosti. Vždy jsem obdivoval jejich zápal napříč všemi věkovými skupinami. Jsou to lidé, kteří si brali dovolenou, oželeli zkoušky, kamarády, rodinu, nebo jiné brigády, takoví,

kterí brzo ráno stáli připraveni a večer stále byli plní energie. To vše jen kvůli úspěšnému průběhu akce," říká Bijota.

„Samozřejmě se na pozici dobrovolníka dají najít negativa, ale nikdy to pro mě nebyly natolik velké nedostatky, aby mě od této činnosti odradily. Nikdy mi ani nevadilo, že tato funkce není peněžně ohodnocená, jakkoli může někomu připadat nelogické, že strávím týden neplacenou činností, která mě do nákladů na ubytování a dopravu stojí 400 euro. Dobrovolnictví pro mě ale není o finančních odměnách, ale o nových životních zážitcích, vzpomínkách a střetnutích se zajímavými lidmi. Díky této zkušenosti si mnohem lépe představím organizaci velkých sportovních událostí. Vždy je to náročné, protože v průběhu se může stát cokoli," dodává Natalie Hanková.

Většina problémů je těch nejméně předvídatelných

Natáliina slova potvrzuje i Oldřich Zvolánek, spoluorganizátor neméně významné akce světového významu, atletického mítinku Zlatá tretra.

„Stane se, že kvůli bouři nepřiletí letadlo se sportovcem na palubě, takže se vymýšlí náhradní plány. Nebo mu nepřiletí zavazadla. Špičkový atlet je zvyklý na své vybavení a nemůže si je vypůjčit. Momentálně je docela složitý problém přepravovat tyče pro skok o tyči. Tyč je dlouhá 5,5 metru i delší a aerolinky je nechtějí brát. Dříve byl nákladový prostor jedna dlouhá komora, ale nyní je tento prostor kvůli vyváženosti letadla rozdělen na několik částí. Tyč už se tam nevejde a spousta leteckých společností proto nemůžeme využívat. Jednou jsme museli pro tyče vyslat auto s policejním doprovodem, aby se k závodníkovi dostaly včas," popisuje možné problémy Zvolánek.

Plánem letošního 56. ročníku je představení hvězd, které zazářily na olympiádě v Riu. Prestiž akce je tedy nepochybná, což dosvědčuje i každoročně velký divácký zájem. Přestože ani Tretra v minulých letech neunikla kritice médií, pořadatelé se snaží o maximum. Problémy s letadlem ale nejsou jedinou věcí, do které divák nevidí. Oldřich Zvolánek dodává ještě jeden, dnes už úsměvný případ: „Jednou se nám také ztratila atletka, čímž nás pěkně vyděsila. Marion Jones měla v hotelovém salonku připravené jídlo, ale pak se zjistilo, že vyšla zadním vchodem a nechala se odvézt do Shopping Parku do

řetězce rychlého občerstvení McDonald's. Místo toho, aby si dala přichystanou vyváženou stravu, jela se nacpat hamburgery. Dokonce si je v pytlíku přivezla s sebou. To bychom do špičkové atletky a světové rekordmanky netipli.“

Další informace od Oldřicha Zvolánka o organizování atletického mítinku se můžete dočíst v následujícím rozhovoru.

4.2 Interview

Zlatá tretra stojí hodně, městu i kraji ale přináší velké peníze

Zlatá tretra je jedním z nejlepších atletických mítinků v Evropě, ne-li na světě. S postupem let šla její pověst a úroveň pořád nahoru, což dosvědčuje jak velký divácký zájem, tak účast nejlepší světové atletické špičky. Na maximální úrovni je i po stránce manažerské, nebylo to tak ale vždycky. Jaké aspekty spočívají v organizování sportovní události světového významu a jaká je pro organizátory komunikace s médii? I o tom se v rozhovoru rozpovídal technický ředitel Zlaté tretry Oldřich Zvolánek.

Když se aktuálně podívám na web, jako organizátor Zlaté tretry Ostrava je uvedena marketingová agentura TK Plus Prostějov. Jak je do organizace zapojeno Sdružení sportovních klubů (SSK) Vítkovice?

Mezi SSK Vítkovice a TK Plus Prostějov je uzavřena smlouva o propůjčení značky Zlatá tretra. My jim propůjčujeme název a máme vzájemně vymezené oblasti, za které kdo zodpovídá. TK Plus Prostějov spolu s Českou sportovní má za úkol zajišťovat financování, propagaci a PR. V uvozovkách toho nemají na starost moc, ale bez peněz by kvalita závodu nebyla na tak vysoké úrovni. My máme za úkol technické uspořádání. Zajišťujeme sportovce přes našeho manažera Alfonse Juka, dále dopravu, ubytování a stravování všech účastníků. Pak také vše, co se odehrává na hřišti – technické zázemí, překážky, doskočiště, větroměry. Máme na starosti prodej vstupenek, ochranu i bezpečnost diváků. Zveme hosty, zajišťujeme bufety a komfort pro diváky. Máme ve výboru člověka, který vybírá rozhodčí a pořádá pro ně školení pro plynulý průběh závodů.

Takhle to ale asi nebylo vždycky.

V minulém režimu to byla akce, která se vyvíjela z malých mezinárodních běžeckých závodů. V roce 1968 se udělala anketa Zlatá tretra, podle níž dostal mítink název. V anketě měl být vyhlášen nejlepší běžec či běžkyně Evropy. Vítěz by dorazil na Zlatou tretru, přebral by si trofej a závody by dostaly určitého zpestření. Začalo to fungovat výborně, anketu dělali sportovní novináři z celé

Evropy a šlo o kvalitní výběr. První ročník vyhrál belgický běžec, opravdu přijel a prestiž Tretry stoupla.

Zažil mítink vůbec někdy kritické období?

V 80. letech se poměry uvolnily, atleti začali vydělávat a už nebylo tak jednoduché je bez peněz do Ostravy dostat. Začal to být obchod. Několik roků jsme se učili novému přístupu. My sami jsme ty peníze neměli, hlavním donátorem byly Vítkovické železárny jakožto majitel stadionu a hotelu. Situace ale byla špatná a v 90. letech jeden ročník dokonce neproběhl. Úroveň Tretry šla hodně dolů a o existenci závodu jsme se začali opravdu obávat. V té době byl pořadatelem čistě SSK Vítkovice.

Kdy tedy nastal kýžený obrat?

V roce 2001 se nám podařilo domluvit se s jednou sázkovou kancelář, která vložila do Tretry peníze. Tento ročník přinesl oživení, protože jsme díky jejich penězům mohli koupit lepší průměr sportovní špičky. Naštěstí lidé v Ostravě mají atletiku rádi a chodili na každé závody, i když měly zrovna nízkou úroveň. Sponzorovi se líbilo, že bylo téměř vyprodáno a od nadcházejícího roku zatáhl k Tretře i TK Prostějov. Podařilo se domluvit spolupráci i s dalšími firmami a Tretra opět o nemalý stupeň poskočila nahoru. Postupně s každým rokem se částky sponzorů zvyšovaly a mohli jsme zvát atletické hvězdy. V té době se podepsala první dlouhodobější smlouva o zapůjčení názvu Zlatá tretra. SSK Vítkovice je ale stále majitelem značky, která je chráněná a platná do roku 2025. Poté ji můžeme opět prodloužit.

Z jakých zdrojů je tedy Zlatá tretra financována?

TK Plus Prostějov má více sponzorů, dárců a reklamních partnerů, ale to je jejich obchodní tajemství. Jako spolupořadatele nás to po pravdě ani nezajímá. Jde nám o to, aby nám převedli peníze, jak se k nim dostanou, nám může být jedno. Nefinancují ale Tretru celou, významně nás podporuje město Ostrava, Moravskoslezský kraj a naši další drobní sponzoři.

Jde to vyjádřit procentuálně?

Přibližně třicet procent rozpočtu pokryje město, dvacet procent kraj, čtyřicet procent Prostějov a deset procent menší sponzoři. Celý rozpočet Tretry se pohybuje okolo 32 milionů Kč.

Podpora města tady byla vždycky?

Podpora města byla za začátku malá, pod heslem *Ostrava město sportu* město zvýšilo dotaci na 700 tisíc Kč, což tehdy byla velká částka. Kraj dával zanedbatelných symbolických 100 tisíc Kč. Jak Tretra získávala na prestiži, město postupně přidávalo peníze, až z toho bylo loni na jubilejním 55. ročníku 9,5 milionu Kč.

Jak dlouho trvá zorganizovat jeden ročník?

Nemůžu říct, že by to nebylo náročné. V den, kdy jedna Tretra končí, už se jedná o termínu té další. Ještě v ten večer se o termínu bavíme se zástupci evropské i světové atletiky IAAF. Poté se musí zlikvidovat Tretra, která právě proběhla, vše doplatit a vyrovnat. Na to máme tak měsíc. Po měsíci a půl máme první schůzi organizačního výboru, který řeší první nedostatky. Vždycky se něco najde, i když to navenek nejde vidět a člověk by to po letech organizování ani nečekal. Intervaly schůzí se postupně zkracují, nejdřív jsou každý měsíc, pak každý týden, a nakonec každý den. Pořádání trvá celý rok, nemáme žádné dlouhé prázdniny.

Na přípravách spolupracují stovky lidí. Firmy, které zaměstnáváte, jsou lokální?

Firmy jsou z kraje, hlavně z Ostravy. Snažíme se, aby se jednalo o místní podniky. S dopravou je to trošku složitější, na ni nemáme speciální agenturu. Jistý prodejce aut nám zadarmo na několik dní půjčuje přibližně patnáct aut. Díky tomu můžeme pro závodníky jezdit na letiště do Mošnova, Vídně, Katovic nebo Krakova. Loni poprvé jsme nejeli z Prahy auty po dálnici, která se opravuje a není v nejlepším stavu. Uzavřeli jsme tedy smlouvu s drahami a jeli vlakem. Na pražském letišti děvčata posbírala závodníky a nasadila je do aut směr pražské Hlavní nádraží. Tam měli závodníci k dispozici

salonek s občerstvením, než jim jel vlak do Ostravy–Svinova. Měli jsme z toho strach, cesta přeci jen trvá tři hodiny, ale klapalo to a všichni byli spokojeni. Loni jsme tuhle možnost využili poprvé a letos se na ní opět pracuje. Poté, co se nám to osvědčilo, chceme, ať co nejméně lidí létá jinam než do Prahy.

Sportovci dle vašich slov spokojeni jsou, setkali jste se ale někdy s kritikou diváků?

I v době, kdy u nás nestartovaly hvězdy, jsme měli hojnou účast a spokojené diváky. Přišli zkrátka ti, kteří mají o sport zájem. Ale je pravda, že tehdy více chodili diváci jen na určité disciplíny a nezůstávali až do konce. Samozřejmě se vždycky najdou fajnšmekři s názorem – trvá to tři hodiny a kolik to stojí peněz! Těmto lidem ale nedochází, že význam není jen ve třech hodinách, ale i v tom, kolik firem dostane práci. A to nejen v době konání, ale třeba po dobu půl roku. Vydělávají na tom místní dopravci i hotely. Mají obsazeno den před i den po, tři dny okolo Tretry se v kraji není kde ubytovat. Tretra má tedy velký přínos i ekonomický, nejen ten propagační. Je fakt, že to stojí hodně, ale přinese to městu a kraji velké peníze.

A co kritika ze strany médií?

V tisku se kritiky čas od času objevovaly. Musím říct, že celkem oprávněné. Na stadionu nebyla tak kvalitní výsledková tabule, jaká by mítinku slušela. Nebyly videoprojekce, které už ve světě byly běžné. Kritiky se týkaly také dopravy, se zvýšením návštěvnosti začalo v okolí stadionu přibývat aut. Nikdy jsme v tomto ohledu nezaznamenali problém a najednou byly ucpané silnice. Lidé přišli později do hlediště, protože nemohli zaparkovat. V jednu dobu také nebyl dokonalý servis občerstvovacích stánků a bufetů pro diváky. My jsme kritiky ale brali pozitivně a snažili se z nich poučit, aby při příštím ročníku už novináři neměli co kritizovat. Organizátoři totiž získávají po čase provozní slepotu a problémy nevidí.

Kritiky ale asi nejsou na cenu vstupenky. Ta se pořád drží docela nízko vzhledem k současnému věhlasu závodu.

Na hlavní tribunu je vstupné 1500 Kč, tato cena se už několik let nemění. S tribunou není problém a je vždy vyprodaná okamžitě, když se vpustí

vstupenky do prodeje. Na ochozy jsme ale po dostavění stadionu a otevření nových tribun v roce 2013 cenu neodhadli. Nastavili jsme jednotné vstupné 500 Kč a byl problém stadion zaplnit. Když přišla čtyřčlenná rodina, už ten výdaj pro ně byl příliš velký. V dalším roce jsme proto cenu snížili dle atraktivity místa na 200 a 300 Kč. To se osvědčilo a bylo daleko rychleji vyprodáno.

Říkal jste, že kdysi lidé na Tretru chodili i při atleticky slabších ročnících. Ted' říkáte, že vstupenky za 1500 Kč se prodají nejrychleji, protože mají nejlepší výhled s nadsázkou řečeno „na Bolta a na ohňostroj“. Jak probíhá posun od sportovního svátku ke komercializaci?

Po letech pořádání takové velké akce jsme se poučili vzorem ze světa, že trendem je posun od striktně přísných závodů dle atletických pravidel k sportovní show. Pravidla se samozřejmě dodržují i nadále, ale vzniklo u nás nové oddělení zvané Event Presentation. Máme jednoho člověka, který závody řídí a funguje jako režisér. Jde o rychlejší spád, aby se nestalo, že se nikde na stadionu zrovna nic neděje. Divák se nesmí nudit, musí být neustále vtažen do děje.

Jak se to projevuje při plánování?

Časový pořad disciplín se dělá tak, aby navazovaly jedna na druhou a nebyla žádná hluchá místa. Mnohdy po závodech lidi řeknou „Tam to tak jelo, že jsem to ani nestačil všechno sledovat“, což je přesně záměr. Začínali jsme s tím v roce 2001 a obrovsky se to rozvinulo. Před Tretrou probíhá řada sezení, tři měsíce před závodem se začíná ladit časový sled, kdy která disciplína začne. Bez toho by Tretra nešla dělat. Vždy také máme přímý přenos v České televizi, která do toho také mluví a často náš záměr změní, když se jim to zrovna technicky nehodí. I televize se tedy měsíce dopředu účastní schůzí Event Presentation, aby i divák doma v obýváku měl z Tretry plnohodnotný zážitek.

Jak u vás funguje odkup televizních práv?

U nás je to složité, zatím bohužel České televizi za přenosy platíme my jim. Doufám, že ještě zažiju v tomto ohledu změnu. Přenos od ČT loni bralo 185 států světa, hlavně kvůli Bolta, který je tahák a všichni ho chtějí vidět. Je paradox, že televizním společností po celém světě prodává práva Česká

televize, které my platíme za to, aby nás vysílali. Není to úplně nejlepší situace. Pořád se snažíme ji změnit, ale zatím se nedaří.

4.3 Anketa

Obraz organizace olympijských her a jiných sportovních událostí je formován buď samotnou divákovou zkušeností, nebo vychází z informací dostupných z médií. Jak to vnímají samotní diváci?

Anketní otázka: *Myslíte si, že média dostatečně informují o organizaci olympiády? Jaké zprávy vám utkvěly v paměti?*

Ester (26), státní úřednice

Dostatečně neinformují, sem tam se něco objeví, pak to ale stejně vyšumí. Vadí mi to hlavně v případě veřejnoprávní televize. Není objektivní. Nedožívám se z ní, jaký mají OH dopad na životní prostředí a životní podmínky obyvatel. Ráda bych OH sledovala, ale vadí mi porušování lidských práv. Nechápu, jak k tomu lidé mohou být lhostejní.

Adam (32), referent

Média informují nadstandardně. Olympijské hry v Riu byly klasickou akcí v rozvojové zemi. Problém s harmonogramem výstavby, obavy z bezpečí, otázka využitelnosti sportovišť po hrách, špatná ekologická situace. Zato hry v Londýně ukázaly, že se dají zorganizovat vesměs bez výše uvedených problémů.

Milena (45), lektorka

Myslím, že informování o olympiádách je dostatečné, mrzí mě nedostatečná informovanost o následné paralympiádě. Při olympiádě v Riu jsem ale velmi ocenila snahu o minimalizaci nákladů u vstupních a závěrečných oslav.

Michal (44), úředník

Ano, ale obávám se, že tyto informace jsou zkreslené. Proto v ně nemám důvěru a nejevím o ně zájem. Většinou se píše více o sportovcích než o ekonomických aspektech.

Jana (49), v invalidním důchodu

Myslím, že média informují dostatečně. A co se při tom vyrobí skandálů! Zvláště bulvár pak má o čem psát. Olympiáda je jistě dobrá věc, ale stojí moc peněz. Asi by neškodilo trošku se uskrovnit. Takové akce by měly organizovat hodně vyspělé státy, které na to mají po finanční i sociální stránce.

Dušan (60), OSVČ

Média informují pouze o sportovních výsledcích. Samotného by mě zajímaly informace o dalším využití sportovišť po skončení olympiády, z Ria jsem ale žádné zprávy podobného ražení nepostřehl.

Anna (20), student

O organizaci se píše většinou pouze v negativním smyslu. Financování olympiády a jiných sportovních akcí se prezentuje jako nahrábání peněz do "vlastní" kapsy. Nyní se často hovoří o zkorumpovanosti olympijského výboru, o přidělování pořadatelských zemím, které nejsou schopné zařídit dostatečnou připravenost areálů i bezpečnost sportovců. Dle mě jde o velký sportovní svátek a správnou akci, která jako vše v dnešním světě lpícím na penězích má své mouchy.

Bohuslav (51), architekt

Od olympiády v Pekingu 2008 se začíná čím dál více psát i o její organizaci, ale stále je to nedostatečné. Spíše než financování výstavby mě zajímá využití infrastruktury po olympiádě. Je vtipné pozorovat, jaké byly články o olympiádě v Soči a jaké o olympiádě třeba ve Vancouveru. Média jsou ovlivněna úrovní pořadatelské země.

4.4 Recenze

Jak porozumět olympiádě snadno a rychle

HORNE, John a Garry WHANNEL. *Understanding the Olympics*. 2. vyd. New York: Routledge, 2016. ISBN 978-1-315-71252-9.

John Horne a Garry Whannel se přes 30 let profesně zabývají sociologickými a kulturními analýzami medializovaného sportu. Sociolog médií a kultury Garry Whannel je profesorem na University of Bedfordshire a ve svých pracích spojuje mediální teorii s metodologií sportu. Profesor John Horne působí na University of Central Lancashire a zabývá se sociologií sportu a jeho vlivem na společnost. Nové vydání knihy *Understanding the Olympics* vyšlo v nakladatelství Routledge současně v Británii i v USA v roce 2016 a doposud nebylo přeloženo do češtiny.

Většinu knih pro veřejnost s olympijskou tematikou tvoří obrazové publikace doplněné o přehledy rozdaných medailí. Pokud jste sportovními fanoušky, určitě máte takovou v knihovně i vy. Kniha *Understanding the Olympics* je jiná. Pokud chcete nahlédnout do zákulisí pořádání největší sportovní události na světě, neměli byste ji minout.

Kniha vyšla poprvé v roce 2012 v době vyhlášení londýnské olympiády. Marketingově dobrý tah vydávat tematickou knihu během olympijského roku se autorům očividně vyplatil a druhé přepracované vydání tak spatřuje svět v roce 2016 při očekávání olympiády v Riu.

Druhá edice na téměř 350 stranách dává najevo, že pořádání olympijských her je nikdy nekončící příběh. První část knihy se věnuje současnému nahlížení na olympiádu, komercializaci her, ohlíží se za Londýnem, vzhlíží k Riu a vysvětluje proces kandidatury měst na pořádání této akce. Prostřední část publikace rozvíjí myšlenku proměny sportovního svátku v megalomanskou akci a posunu od oslavy sporty a sounáležitosti národů ke spektakulární show. V nejkratší závěrečné části autoři nahlíží do budoucnosti. V září 2017 proběhne volba města pro další olympiádu a autoři podle vzorů předchozích výběrů odhadují, které město kandidaturu promění.

Kniha je doplněna jednoduchou grafikou, černobílými fotografiemi a nechybí ani přehled míst konání všech olympiád od roku 1896. Přesto čtenář ocení, že se příliš nezabývá minulostí, ale podává ji pouze v širším kontextu. Důvodem, proč knihu uchopit do ruky, jsou konkrétní údaje, které nyní s odstupem několika let vycházejí najevo. Autoři v návaznosti na londýnskou olympiádu hodnotí organizaci a (ne)splnění politických slibů. Vše podkládají přesnými čísly.

Publikace je vhodná pro všechny, kterým nestačí čtení o sportovních hvězdách, ale chtějí získat širší sociální a kulturní kontext o konání celé akce. Nevyhýbá se faktům ani soudům, přesto závěry vyvozuje z ověřených zdrojů a vědecké poznatky poskytuje ve čtivé formě vhodné i laické veřejnosti.

5 Závěr

Díličím cílem práce byla charakteristika jednotlivých sociálních a ekonomických dopadů olympijských her na pořádající město a následné nalezení mediálního obrazu těchto aspektů na příkladu olympiády v Riu v českých denících Mladá fronta Dnes, Sport a Hospodářské noviny.

Pro pochopení problematiky bylo v první části práce nutné seznámit se s aspekty organizování olympijských her. Na základě výkladů pojmů agenda-setting, priming a gatekeeping pak autorka v kvantitativní obsahové analýze stanovila čtyři výzkumné otázky a deset hypotéz. Princip obsahové analýzy spočíval ve vymezení reprezentativního vzorku medializovaných sdělení, pojmenování jednotlivých částí a spočítání položek. Zdrojem dat byly články týkající se stanoveného tématu vyhledané pomocí databáze Anopress. Pro analýzu bylo tematicky vhodných 101 článků. Výzkum následně ukázal, že po dobu konání olympiády její dopady nejméně reflektovaly Hospodářské noviny, které byly pro nízký počet zkoumaných článků z dalších kroků analýzy vyřazeny. Ze sledovaných médií a nejvíce o dopadech olympiády psal deník Sport, který toto téma obsáhl ve 48 článcích a který také článkům přikládal absolutní větší důležitost než deník MF DNES. Z analýzy obsahu také vyplynulo, že nejčastější zpravodajskou hodnotou byla dramatická a tematicky se články nejvíce věnovaly problematice kriminality a bezpečnosti města. Z pohledu autorky se české deníky tématu dopadů her na pořádající město nevěnovaly dostatečně. Ekonomická témata, jakými jsou náklady, výnosy a zaměstnanost, zmiňovalo jen 13 % hodnocených článků.

Mezi nevýhody této práce můžeme řadit fakt, že výzkumník kvantitativní analýzy provádí výběr dat i hodnocení obsahu na základě subjektivního dojmu, čímž může vytrhávat počitatelné jevy z kontextu. Slabou stránkou kvantitativních analýz také je, že ze získaných zjištění nelze vyvodit motiv autora textu ani účinek na jeho příjemce. Při dalším pokračování výzkumu by bylo vhodné doplnit analýzu o další sledovaná období a následně je porovnat. Ideální by bylo sledovat mediální obraz od okamžiku přidělení her danému městu, tj. sedm let před samotnou akcí. Příhodné by bylo také sledovat období po skončení olympiády, jelikož některé dopady na pořádající město, např.

využití nově postavené zástavby, se vykrystalizují až v průběhu času a v průběhu her je média ani reflektovat nemohla. Práce by se také dala rozšířit přidáním většího vzorku analyzovaných médií, případně srovnáním českých a zahraničních mediálních obrazů.

Seznam použitých zdrojů

Odborná literatura

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

DĚKANOVSKÝ, Jan. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 2008. 183 s. ISBN 978-80-7363-131-4.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2011. 127 s. ISBN 978-80-248-2439-0.

DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2015. 135 s. ISBN 978-80-248-3658-4.

GOLD, John a Margaret GOLD. *Olympic Cities: Urban Planning, City Agendas and the World's Games, 1896 to the present*. 2. vyd. New York: Routledge, 2011. ISBN 978-0-415-37406-4.

HORNE, John a Garry WHANNEL. *Understanding the Olympics*. New York: Routledge, 2012. ISBN 978-0-415-55836-5.

HORNE, John a Garry WHANNEL. *Understanding the Olympics*. 2. vyd. New York: Routledge, 2016. ISBN 978-1-315-71252-9.

KARAMICHAS, John. *The Olympic Games and the Environment*. Belfast: Palgrave Macmillan, 2013. 256 s. ISBN 978-1-349-31018-0.

KOSÍK, Miloš a Miroslav PACUT. *Organizace sportu*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2017-0.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LENSKYJ, Helen. *Olympic Industry Resistance: Challenging Olympic Power and Propaganda*. New York: SUNY Press, 2008. 192 s. ISBN 978-0-791-47811-0.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

NOVOTNÝ, Jiří et al. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer, 2011. 512 s. ISBN 978-80-7357-666-0.

PACUT, Miroslav. *Dějiny moderního sportu*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 143 s. ISBN 978-80-248-2003-3.

ROSŮLEK, Přemysl. *Média & politika: vybrané problémy: modernita, propaganda, politický marketing, agenda-setting, terorismus, žurnalistika*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. 280 s. ISBN 978-80-7043-841-1.

SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

ŠKODOVÁ, Markéta a Jan ČERVENKA. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.

Hlavní odborné elektronické zdroje

CASHMAN, Richard. *Impact of the Games on Olympic host cities: university lecture on the Olympics* [online]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB), 2002 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/cashman.pdf>

CASHMAN, Richard a Antony HUGHES. *Staging the Olympics: the event and its impact* [online]. Sydney: UNSW Press, 1999 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://library.la84.org/SportsLibrary/Books/Staging%20the%20Olympics.pdf>

PREUSS, Holger. *Economic dimension of the Olympic Games: university lecture on the Olympics* [online]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB), 2002 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/preuss.pdf>

Další elektronické dokumenty zabývající se problematikou

ANOPRESS [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z:

<http://www.anopress.cz/>

ECONOMIA [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z:

<http://economia.ihned.cz/kontakty/>

FERREIRA, Joana. *Brazil Unemployment Rate*. [online]. 2017 [cit. 2017-04-07].

Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/brazil/unemployment-rate>

HAYES, Graeme a John HORNE. Sustainable Development, Shock and Awe? London 2012 and Civil Society. *Sociology* [online]. 2011, **45**, 15 [cit. 2017-04-19]. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0038038511413424>

INDEED. *The Impact of the Rio Olympics on Job Search, in 4 Charts* [online]. 2016 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <http://blog.indeed.com/2016/08/10/impact-rio-olympics-job-search/>

JUSTICE. *Veřejný rejstřík a Sbírka listin* [online]. 2017 [cit. 2017-04-14].

Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>

KEEPEEK. *OECD Better Life Index* [online]. 2015 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:

http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/economics/how-s-life-2015_how_life-2015-en#page4

LEAHY, Joe. *The Olympic effect will not save Brazil's workers from recession. In: Financial Times* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z:

<https://www.ft.com/content/03e8e16c-474b-11e6-8d68-72e9211e86ab>

MAFRA [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

OLYMPICS. *IOC Members* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/ioc-members-list>

OLYMPICS. *National Olympic Comitees*. [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/national-olympic-committees>

OLYMPICS. *Revenue sources and distribution*. [online]. 2017 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <https://www.olympic.org/ioc-financing-revenue-sources-distribution>

RIVENBURGH, Nancy. *The Olympic Games, media and the challenges of global image making: university lecture on the Olympics* [online]. Barcelona : Centre d'Estudis Olímpics (UAB), 2004 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/rivenburgh.pdf>

STEMMARK. *Mediaprojekt 2. pololetí 2016*. [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.stemmark.cz/mediaprojekt-2-pololeti-2016/>

UNIE VYDAVATELŮ. *Prodáný náklad deníků* [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni

Seznam zkratek

HN (Hospodářské noviny)

MF DNES (Mladá fronta Dnes)

MOV (Mezinárodní olympijský výbor)

NOV (Národní olympijský výbor)

OH (olympijské hry)

OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)

PR (public relations)

ZOH (zimní olympijské hry)

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 5. května

Andrea Černá

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha 1 Počet článků v denících MF DNES, Sport a HN

Příloha 2 Tabulka hodnocení důležitosti článků v deníku MF DNES

Příloha 3 Tabulka hodnocení důležitosti článků v deníku Sport

Příloha 4 Graf důležitosti článků v denících MF DNES a Sport

Příloha 5 Tabulka hodnocení zpravodajských hodnot v deníku Sport

Příloha 6 Tabulka hodnocení zpravodajských hodnot v deníku MF DNES

Příloha 7 Graf zpravodajských hodnot v denících MF DNES a Sport

Přílohy

Přílohy doloženy v dalších dokumentech a v tištěné verzi bakalářské práce.